

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА В ИСПАНИЮ.....	9
1.1. Характеристика понятия «гастрономический туризм».....	9
1.2. Циклы рекреационной деятельности в гастрономическом туре.....	19
1.3. Гастрономический потенциал Испании.....	26
ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА В ИСПАНИЮ.....	42
2.1. Маркетинговое исследование необходимости проектирования гастрономического тура в Испанию.....	42
2.2. Проектирование технологической документации гастрономического тура в Испанию.....	62
2.3. Экономическое обоснование и основные направления по продвижению гастрономического тура в Испанию.....	73
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	78
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	81
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Характеристика гастрономических туров по Испании от турфирм города Екатеринбурга.....	86
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Анкета для выявления спроса на гастрономический тур в Испанию.....	91
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Технологическая карта туристского путешествия «Гастрономический тур в Испанию».....	93
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Информационный листок к путевке туристского путешествия «Гастрономический тур в Испанию».....	98
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Маршрут гастрономического тура в Испанию....	100

ПРИЛОЖЕНИЕ 6.	Фотоматериалы гастрономического тура в Испанию.....	101
ПРИЛОЖЕНИЕ 7.	График точки безубыточности гастрономического тура в Испанию.....	108

ВВЕДЕНИЕ

В современном мировом экономическом пространстве сфера туризма одна из динамично развивающихся отраслей международной торговли услугами. В условиях стремительного развития туристской индустрии и возрастания конкуренции, субъекты туристического рынка находятся в постоянном поиске инновационных подходов и новых конкурентных преимуществ своих услуг. В связи с постоянными изменениями тенденций на туристском рынке, выездной туризм в России, сегодня активно создает и развивает новые туристские продукты, отвечающие современным популярным течениям и запросам российских туристов.

Одним из таких продуктов является гастрономический туризм, который появился на нашем рыночном поле сравнительно недавно. Этот факт не мешает ему активно набирать популярность в стране, благодаря общим изменениям в моделях потребления современных людей – растущему спросу на впечатления и эмоции, запросу на креативность и вовлечение потребителя в процесс производства услуг, повышенному спросу на аутентичную продукцию и услуги, появлению постмодернистских стилей потребления, характеризующихся интересом к обыденным, повседневным элементам жизнедеятельности, популяризации здорового образа жизни, обеспокоенности населения качеством и экологичностью продуктов питания, появлению моды на ресторанный бизнес и кулинарные, страноведческие телешоу. Активное развитие гастрономического туризма подтверждает интервью о его перспективах, данное «Российской газете» в 2018 году Генеральным секретарем ВТООН: «Туристы всегда ходили в рестораны, но сейчас это направление стало трендом, есть люди, которые посещают другие страны специально, чтобы познакомиться с кулинарией». Совершенно очевидно, что гастрономический туризм обладает потенциалом, способным увеличить не только привлекательность туристского продукта, но и

удовлетворить растущий спрос на гастрономические туры у российских туристов.

В настоящее время, по организации гастрономических туров, в основном лидируют европейские и азиатские страны – Франция, Италия, Польша, Китай, Тайланд и т.д. Известной дестинацией является Испания, которая пользуется популярностью на гурмэ-карте мира. В России, исходя из анализа аналитической службы АТОР (Ассоциация туроператоров России) за 2019 год, в топовой десятке стран, на которые пришелся основной выездной поток российских туристов, Испания занимает пятую позицию (1,167 млн. поездок, рост 7%). По данным Национального института статистики (INE) Испании – страну посетило с января по июнь 2019 года 574,2 тысяч российских туристов, что на 13,2% превышает показатель за аналогичный период годом ранее. Кроме того, в 2018 году исследование испанской школы туристического и гостиничного бизнеса «Osteleta» выявило, что российские туристы занимают в стране второе место, после американцев, по расходам на кулинарные деликатесы. Из перечисленных статистических данных следует, что Испания, как территория, обладающая высоким гастрономическим потенциалом, пользуется спросом у российских туристов.

Актуальность работы состоит в том, что по мнению экспертов и аналитиков туристской отрасли, гастрономический туризм активно набирает популярность в России, это в свою очередь способствует расширению и увеличению предложений по данному виду туризма от туристских компаний. К сожалению, на российском рынке и рынке Свердловской области рост предложений по гастрономическим турам в другие страны недостаточно высок, по сравнению с динамичным ростом спроса на данный продукт у жителей нашей страны и региона. Туристские фирмы не ставят продвижение и организацию гастрономических туров в приоритет из-за его высокой стоимости, так как при создании данного продукта требуется индивидуальный подход к клиенту. Несмотря на этот нюанс всё больше туристов отдают предпочтение специализированным, комбинированным и

индивидуальным программам туров, а этим запросам отвечает специфика гастрономического туризма, который является составляющим элементом всех видов туризма: культурно-познавательного, событийного, экологического, пляжного и т.д. Статистические данные испанских и российских специалистов аналитических служб указывают на возрастающий спрос и интерес у россиян к поездкам в солнечную Испанию, которая привлекает наших туристов не только пляжами, достопримечательностями, но и национальной кухней.

Испания – один из всемирно признанных мастодонтов гастрономии. Кухня этой страны традиционно считается эталоном качества и вкуса, а на местных топовых шеф-поваров равняется весь ресторанный мир. Сочетание идеально свежих продуктов, вековых традиций и неподдельного интереса к новейшим гастрономическим веяниям, позволяет Испании сохранять одно из первых мест в списке лучших кулинарных стран Европы. Национальная кухня славится своим многообразием, так как в каждом регионе страны существуют свои кулинарные традиции, и все они могут значительно отличаться друг от друга. Испания – это мекка любителей рыбы и морепродуктов, один из крупнейших производителей местного вина, оливкового масла, мясных деликатесов, различных сыров, овощей и фруктов. В стране более 600 винодельческих регионов, множество гастрономических школ, старейших ресторанов, музеев, выставок, ярмарок, рынков и несчётное количество праздников, связанных с испанской кухней. Из любого события тут делают целый фестиваль, спектакль, а кулинарные блюда становятся главной частью праздничного шоу. Гастрономия в Испании это, прежде всего, отражение местного быта, образа жизни и мировоззрения испанцев, целое искусство, ритуал, бренд территории. Через национальную кухню идёт вкушение испанкой культуры и её традиций. Все эти особенности представляют чрезвычайно привлекательной Испанию для русских туристов, которых прельщает разнообразие прекрасной симфонии вкусов испанской гастрономии.

Общая характеристика понятия «гастрономический туризм» отражена в работах: В.Э. Гордина, Е.Н. Драчевой, О.Р. Железовой, И.В. Зорина, В.Д. Иванова, В.А. Квартального, Н.Е. Нехаевой, Д.А. Савина, Ю.Г. Трабской, Ю.С. Тереховой, А.В. Урядовой, Т.Т. Христова и других.

Циклы рекреационной деятельности в гастрономическом туре раскрыты в трудах: И.В. Зорина, А.И. Зорина и других.

Туристские и гастрономические ресурсы Испании проанализированы в исследованиях: В.Л. Верникова, И. Лазерсон, С. Синельникова, Т. Соломоник и других.

Несмотря на то, что гастрономические туры набирают популярность среди российских туристов и в целом, культура гастрономии играет колоссальное значение в жизни испанцев, по объективным и субъективным причинам гастрономических туров по стране в чистом виде недостаточно, таким образом, возникает **противоречие**:

- между большими возможностями в развитии гастрономического туризма на территории Испании и недостатком новых туристских продуктов на российском рынке, использующих высокий потенциал данной страны.

Проблема заключается в недостаточном количестве гастрономических туров в Испанию.

Объект: гастрономический туризм.

Предмет: гастрономический тур в Испанию.

Цель: спроектировать гастрономический тур в Испанию.

Задачи:

1. Охарактеризовать понятие «гастрономический туризм».
2. Рассмотреть циклы рекреационной деятельности в гастрономическом туре.
3. Проанализировать гастрономический потенциал Испании.
4. Провести маркетинговое исследование необходимости проектирования гастрономического тура в Испанию.
5. Разработать документационное обеспечение гастрономического тура в Испанию.

6. Представить экономическое обоснование и основные этапы продвижения гастрономического тура в Испанию.

Структура выпускной квалификационной работы: введение, две главы, заключение, список источников и литературы, приложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА В ИСПАНИЮ

1.1. Характеристика понятия «гастрономический туризм»

Сегодня во всем мире наблюдается диверсификация туристской отрасли. На смену массовым, стандартным продуктам приходят новые направления и виды туризма. В фокусе внимания туристских субъектов – предложения «нового опыта», освоение современных рынков, оригинальные форматы продукта. Данный процесс носит инновационный характер [13]. В настоящее время гастрономический туризм – одна из самых быстроразвивающихся инновационных сфер туризма. Согласно исследованиям одного маркетингового американского агентства уортонской школы бизнеса, 55,71% людей меняют свое отношение, к стране попробовав её кухню. Еда является не только физической потребностью, но и высочайшим культурным пластом. Она может рассказать о народе также много, как произведения архитектуры, живописи. Если изящные искусства индивидуализированы, то кухня – дело многочисленных и безымянных авторов, «дело щепоток». Сегодня современные туристы желают отправиться в другую страну, чтобы не просто полежать на пляже, устроить шопинг, а узнать кулинарные привычки и традиции народов других стран.

Несмотря на то, что гастрономический туризм молодое направление, рынок «вкусных путешествий» сегодня переживает небывалый подъем, выходит в лидеры. По ранее сделанным прогнозам ЮНВТО, одним из самых популярных видов туризма к 2020 году станет гастрономический, этот вид путешествий растет в среднем на 7% в год. Сегодня он является модным веянием и одним из мировых трендов. Больше 20 стран мира используют концепцию гастрономической дипломатии и целенаправленно конструируют собственное гастрономическое лицо. В своем отчете о гастрономическом туризме Всемирная туристская организация разместила результаты опроса

среди действующих членов своей организации (156 стран). Результаты показали, что 88,2% респондентов считают гастрономию стратегическим элементом в определении бренда и имиджа региона [9].

Потенциал данного вида туризма велик, необъятен, проблема в том, что определений понятия «гастрономический туризм» большое количество. В настоящее время он является предметом горячих дискуссий зарубежных и отечественных учёных.

Если мы обратимся к англоязычным терминам, в специальных литературных источниках встречаются такие понятия, как: «culinary tourism» – «кулинарный туризм», «food tourism» – «продовольственный туризм», «gastronomic tourism» – гастрономический туризм. Все эти понятия трактуются по разному и являются разновидностями гастрономического туризма, который объединяет в себе эти градаций, в том числе винный (энологический), пищевой, дегустационный туризм и другие виды.

Датой создания термина «кулинарный туризм» считается 1998 год. По мнению его автора – профессора Люси Лонг, основой кулинарного туризма является познание культуры страны через еду и напитки в их тесной связи с историей, обычаями, традициями разных народностей.

С этих пор понятие «кулинарный туризм» обрело своих экспертов и исследователей, появились труды различных учёных, статьи разных авторов. Уже в 2001 году, будущий президент Международной ассоциации кулинарного туризма (ICTA) Эрик Вульф, написал первую статью в мире о кулинарном туризме, в которой освещался растущий интерес к еде, винному туризму, представлены доказательные аргументы о растущем спросе на кулинарные туры. Толчком развития гастрономического туризма послужило создание в 2003 году Международной ассоциации гастрономического туризма (The International Culinary Tourism Association), которая теоретически обосновала это направление и занимается его развитием и продвижением. Через три года был создан Международный институт

кулинарного туризма, который контролирует образовательные и учебные программы, предназначенные для гастротуров.

Эрик Вульф определяет кулинарный туризм, как поиск и наслаждение уникальной, незабываемой едой и напитками, как на другом конце Земли, так и на соседней улице» [9].

В 2012 году приставку «кулинарный» заменили на «гастрономический», в связи с тем, что многие туристы, считали кулинарный туризм дорогим и элитным продуктом. По своей специфике гастрономический туризм не ограничен узким кругом гурманов и профессионалов своего дела (рестораторов, поваров, дегустаторов и т.д.). Лишь 18% туристов выбирают гастротуры ради высокой кухни и получения профессиональных навыков, остальные 46% – пробуют аутентичную продукты, 18% – местную кухню.

Официально гастрономия стала признанным элементом культуры и нематериального наследия в 2015 году, когда ЮНВТО выделила гастрономический туризм в отдельную нишу.

Существует множество определений гастрономического туризма. Авторы в своих исследованиях ставят упор на способы повышения гастрономических брендов территории, рассматривают различные виды, формы гастрономического туризма и его социальную, экономическую роль в продвижении дестинаций.

У.Л. Драчёва и Т.Т. Христов определяют гастрономический туризм, как поездку с целью ознакомления с национальной кухней страны, особенностями приготовления, а также обучения и повышения уровня профессиональных знаний в области кулинарии [9].

А.В. Урядова и Д.А. Савин отмечают, что гастрономический вид путешествий не сводится к тому, чтобы попробовать какое-то экзотическое блюдо и вкусить бесчисленное количество кушаний. Важно насладиться местной рецептурой, которая веками вбирала в себя традиции и обычаи местных жителей, их культуру приготовления пищи [16, с. 22].

В.В. Девятерикова, Е.Г. Теличев определяют гастрономический туризм как особый вид туризма, основными целями которого являются ознакомление с кухней определенной местности, особенностями приготовления блюд, а также посещение мероприятий, связанных с гастрономией.

В.Д. Иванов обращает внимание на то, что гастрономический туризм позволяет человеку через кулинарные дегустации, обучение приготовлению блюд почувствовать культуру данной страны или региона [13].

В 2015 году туристическое сообщество определило называть «гастрономическим туризмом» любые связанные с гастрономией виды туристической активности: посещения производителей продуктов, гастрономических фестивалей, фермерских рынков и продовольственных ярмарок, в том числе в пределах соседних регионов [16].

Исходя из анализа существующих трактовок понятия «гастрономический туризм», под гастрономическим туризмом будем понимать перемещение человека из места привычного обитания в другое, с целью насладиться вкусами местности, получить опыт и гастрономическое удовольствие, приобщиться к культуре, через ознакомление с национальной кухней страны, особенностями производства и приготовления продуктов, блюд, напитков, а также обучения, получения профессиональных знаний, посещения мероприятий посвящённых кулинарии.

Выделим цели гастрономического туризма в таблице 1.

Таблица 1

Цели гастрономического туризма

№ п/п	Цель
1.	Ознакомиться с национальными блюдами, традициями местной кухни, попробовать экзотические блюда.
2.	Дегустировать блюда и напитки, обучаться дегустации.
3.	Узнать технологию приготовления кулинарных шедевров, обменяться опытом.
4.	Посетить гастрономические мероприятия - фестивали, праздники, ярмарки, фермы и т.д.

Объектами гастрономического туризма являются:

- страны, которые имеют специфические особенности национальной кухни (Италия, Франция, Испания, Португалия, Китай, Таиланд и другие);
- отдельные регионы, где производят продукты, которыми славится эта местность (винодельческие регионы Бордо и Шамань во Франции, Эдам и Гауда в Голландии где производят сыры и т.д.);
- рестораны, отличие которых – качество и эксклюзивность кухни, оригинальное меню, имеющие звездность или статус известности в мире («Аль-Махара» в Дубае, «El Celler de Can Roca» в испанском городе Жирона, мишленовский ресторан «Brooklyn Fare» в Бруклине и т.д.);
- предприятия, которые получили известность благодаря своей кулинарной продукции;
- музеи и памятники, посвященные гастрономической культуре (гастрономический музей в Праге, музей питания в Вене, музей вкуса в итальянском городе Фроссаско, музей «Коломенская пастила. У Николы на Посадях», тульский музей пряника и т.д.);
- образовательные учреждения, которые специализируется в области изучения кулинарии и гастрономии;
- тематические кулинарные мероприятия – выставки, мастер-классы, конференции, ярмарки, дегустации, фестивали, праздники и т.д. [24]

Гастрономический туризм имеет несколько видов и направлений. Рассмотрим классификацию видов гастрономического туризма (табл. 2).

Таблица 2

Общая классификация видов гастрономического туризма

№ п/п	Виды и подвиды гастрономического туризма	
1.	Городской гастрономический туризм – предполагает посещение ресторанов национальной кухни, кондитерских фабрик, цехов по производству шоколада, сыров и другой продукции с последующей дегустацией. Он делится на два вида.	
	Образовательный гастрономический туризм	Ресторанный гастрономический туризм
	Поездка с целью приобретения опыта, профессиональных знаний, навыков в приготовлении эксклюзивных, национальных	Посещение популярных ресторанов, отличие которых в эксклюзивности кухни, её

1	2	3
	блюд, обучение в специальных образовательных учреждениях, участие в мастер-классах, прохождение курсов кулинарной тематики.	высоком качестве, национальной направленности.
2.	<p>Сельский (зелёный) гастрономический туризм – подразумевает употребление экологически чистых продуктов, дегустацию местной кухни с проживанием в сельской местности, участие в сельскохозяйственных работах (сбор ягод, овощей, фруктов; экскурсии по винодельческим местам и т.д. Разновидность сельского гастрономического туризм – гастрономический экотуризм.</p> <p style="text-align: center;">Гастрономический экологический туризм</p> <p>Направление «зелёного туризма», которое предполагает посещение экологически чистых производств, хозяйств, ферм, знакомство и употребление экологически чистых, органических продуктов.</p>	
3.	Событийный гастрономический туризм – ориентирован на посещение местности в определенно время с целью участия в мероприятиях гастрономической тематики – праздники, фестивали, ярмарки и т.д.	
4.	Комбинированный гастрономический туризм – содержит в себе несколько видов туризма. Например, тур может включать в себя посещение ресторана, обучение на мастер-классах, поездку в экологически чистый район местности на дегустацию.	
5.	<p>Гастрономический монотуризм – посвящен одному продукту, который пользуется особой популярностью (вино, сыр, кофе, деликатесы и т.д.). Знакомство с продуктом идет в разных местностях. Данный вид подразделяется на несколько видов. Ниже представлены наиболее популярные разновидности кулинарного монотуризма.</p> <p style="text-align: center;">Виды гастрономического монотуризма</p> <p>Винный (энологический) гастрономический туризм – поездки, экскурсии в винодельни, по виноградникам, дегустация вин, помощь виноделам.</p> <p>Сырный гастрономический туризм – поездки в центры производства сыра и страны, где развито сырное дело, дегустация сыров, посещение сыроварен, знакомство со старинными рецептами, участие в кулинарных курсах по их изготовлению.</p> <p>Пивной гастрономический туризм – поездки по странам и местам, известным своим искусством и традициями пивоварения.</p> <p>Шоколадный гастрономический туризм – поездки по странам, где выращивают какао-бобы, по местам и регионам, где занимаются производством известных марок шоколада, его дегустация.</p> <p>Кофейный туризм – туры в центры кофейного производства, дегустация кофе, изучение способов приготовления кофе, сортов.</p> <p>Сладкий туризм – посещение мест, где производятся кондитерские изделия, сладкие шедевры, туристы не только пробуют сладости, но и принимают участие в их создании, посещают SPA-процедуры, такие как, шоколадное обертывание и другое.</p>	

Исходя из анализа направлений гастрономического туризма видно, что данный вид туризма является составляющим элементом всех разновидностей туризма, так как туристы в любом путешествии совмещают различные виды отдыха с походом в рестораны, рынки, бары, употребляют местную еду и

напитки. Главным отличием гастрономического туризма от других видов является то, что ведущим мотивом, целью, камертоном путешествия является знакомство с национальной кухней и блюдами присущими местности. Эта особенность кулинарного туризма обманчиво дает полагать, что в такие туры ездят только люди, которые любят вкусно и много поесть, или настоящие гурманы, которые пробуя изысканные, эксклюзивные блюда получают настоящее наслаждение. В реальности все обстоит совсем иначе. Всем известно, что любителей длинных, иногда утомительных экскурсий гораздо меньше, чем туристов, которым приятнее посидеть в уличном кафе, ресторане, смакуя прекрасные вина и блюда. Для многих туристов гастрономия не является первичным мотивом к путешествию, однако яркое гастрономическое предложение будет оказывать влияние на их выбор в пользу той или иной дестинации. Она отражает отношение туристов к гастрономическому компоненту и их мотивацию во время путешествий.

Вышеизложенный тезис может быть проиллюстрирован моделью гастрономических предпочтений туристов, предложенной зарубежными исследователями, которые выделяют четыре типа туристов [12]. Рассмотрим типы туристов гастрономических путешествий в таблице 3.

Таблица 3

Типы туристов гастрономических путешествий

Наименование типа	Характеристика типа
Экзистенциальный гастрономический турист (existential gastronomy tourist)	<ul style="list-style-type: none"> – находится в поиске гастрономических впечатлений с целью приобрести знания о местной и региональной кухне и культуре; – избегает известных модных ресторанов и предпочитает посещать фермы и винодельни, участвовать в кулинарных мастер-классах и т. д.
Экспериментирующий гастрономический турист (experimental gastronomy tourist)	<ul style="list-style-type: none"> – находится в поиске дизайнерских кафе и ресторанов, в которых подают инновационные блюда; – гастрономические предпочтения соответствуют общему стилю жизни, модному и актуальному.
Отдыхающий гастрономический турист (recreational gastronomy tourist)	<ul style="list-style-type: none"> – находится в поиске знакомых продуктов и напитков;

1	2
	<ul style="list-style-type: none"> - более консервативный тип путешественников, который часто питается самостоятельно и избегает роскошных ресторанов; - гастрономия не играет важной роли во время путешествия.
Гастрономический турист, сбегающий от рутины (diversionary gastronomy tourist)	<ul style="list-style-type: none"> - желает отвлечься от обыденной жизни, покупок и приготовления пищи для всей семьи; - предпочитает незамысловатые сетевые рестораны, где делается упор не на качество, а на количество еды.

Эта классификация предоставляет возможность узнать предпочтения туристов в отношении потребления еды во время путешествия. Данная модель может быть использована для сегментации целевой аудитории гастрономических туров.

Современные реалии таковы, что всё больше туристов выбирают гастрономические путешествия с целью разнообразить свое меню, чему-то научиться, познакомиться с национальной кухней. Отсюда следует вывод, что целевая аудитория гастрономических туристов включает в себя:

- тех, для кого хорошее блюда – нечто большее, чем еда (гурманы и гурмэ);
- туристов с опытом многочисленных поездок, которым хочется чего-то новенького;
- тех, кому интересно познакомиться с новой кухней и, возможно, самим научиться готовить новые блюда;
- тех, для кого приготовление еды – работа (повара, дегустаторы, рестораторы);
- сотрудников туристских компаний, знакомящимся с опытом организации таких туров для расширения своего бизнеса [24].

Сегодня многие туристские предприятия разрабатывают для гурманов и лакомок специальные гастрономические туры. Создание данного продукта трудоемкий, ответственный, продуманный процесс, так как в нём принимает

участие большое количество субъектов туристской деятельности (производители пищевой продукции, кулинарные образовательные учреждения, предприятия общественного питания, средства размещения, туроператорские компании и другие субъекты).

Разработка гастрономического тура требует учёта специфических особенностей его организации. Следуют правильно поставить цели и задачи, определить ресурсы и возможности той или иной территории.

Во-первых, это особые требования, предъявляемые к пунктам питания по маршруту, к гостиницам, где проживают туристы. Учитывая специфику тура, стоит либо выбирать гастрономический отель, либо отказаться от завтраков в обычных гостиницах, если они не соответствуют уровню предлагаемого путешествия [16, с. 113].

Во-вторых, важно наличие переводчика (гида), владеющего специальной терминологией (особенно в винных турах).

В-третьих, грамотно планирование тура, связанное с сезонностью отдельных продуктов, событий в мире гастрономии.

Кроме того, чтобы не разочароваться в путешествии и вкусить «подлинники» кулинарного искусства, важно заранее изучить особенности региональных специалитетов страны [16, с. 114].

В-четвертых, учесть проблемы безопасности и здоровья, которые могут возникнуть в странах с экзотической и острой кухней и во время винноалкогольных туров [16, с. 114].

При организации гастрономических туров необходимо учитывать разные режимы питания, которые существуют у разных народов (как по времени, так и по объему пищи), обратить внимание на религиозные традиции и вкусовые привычки гостей.

Стоит провести проверку среди туристов на наличие заболеваний, медицинских противопоказаний, аллергий на те, или иные продукты.

Следует выделить места, где туристы смогут приобрести продукцию, сувениры.

Гастрономическое предложение должно основываться на тех чертах и преимуществах, которыми обладает дестинация и которые выгодно отличают ее от других дестинации.

Успех разработки гастрономического тура во многом зависит от креативного подхода и уникальности туристского предложения, его интерактивности, активного использования развлечений, мероприятий кулинарной направленности.

Гастрономический туризм на сегодняшний день не является массовым, поэтому большая часть предложений представлена в рамках комбинированных и индивидуальных туров. Сегодня на рынке туристских услуг выделяются гастрономические туры заказные, пакетные и пакетизированные. Большая часть гастрономических туров сосредоточена в Европе. Продолжительность гастрономических путешествий может варьироваться от выходных до полноценных двух недель, также строиться с учетом пожеланий клиента. Организаторы туров учитывают не только насыщенность программы, но и удаленность направления. Средняя продолжительность туров 6-8 дней.

Цена на гастрономические туры выше среднего, так как организация данного продукта требует индивидуального подхода к клиенту. Стоимость зависит различных факторов – направления, продолжительности, времени года и т. п. Поездки на значимые гастрономические мероприятия обойдутся дороже.

Путешествия по программе гастрономического тура осуществляются круглогодично, данный вид путешествий всесезонный.

В кулинарном туре путешественники узнают об истории и культуре страны намного больше, чем в стандартном экскурсионном путешествии. Туристы посещают винодельни, пивоварни, фермы, фестивали, дегустируют национальные продукты, вина и другие напитки, участвуют в кулинарных мастер-классах.

Помимо гастрономических удовольствий, в программу тура всегда включено проживание, индивидуальное сопровождение русскоговорящим гидом, индивидуальный транспорт, экскурсии по самым красивым местам регионов, обеды или ужины.

Таким образом, на основании анализа работ: В.В. Девятериковой, У.Л. Драчёвой, В.Д. Иванова, Д.А. Савина, Е.Г. Теличевой, А.В. Урядовой, Т.Т. Христова под гастрономическим туризмом будем понимать перемещение человека из места привычного обитания в другое, с целью насладиться вкусами местности, получить опыт и гастрономическое удовольствие, приобщиться к культуре, через ознакомление с национальной кухней страны, особенностями производства и приготовления продуктов, блюд, напитков, а также обучения, получения профессиональных знаний, посещения мероприятий посвящённых кулинарии. Исследования аналитиков, рассмотренные выше, подтверждают тот факт, что сегодня гастрономический туризм является перспективным и модным направлением. При грамотном подходе, гастрономический туризм имеет все шансы на активное и динамичное развитие. От учета всех особенностей и специфики разработки гастрономических туров будет зависеть концепция тура, объекты показа и форма работы с туристами на маршруте, отвечающая ожиданиям и запросам туристов.

1.2. Циклы рекреационной деятельности в гастрономическом туре

В процессе осуществления путешествия, перемещения туриста в рамках тура, туристские компании предоставляют клиенту комплексный набор услуг, осуществляют программное обслуживание. Программа обслуживания – это набор запланированных услуг, распределенный по времени и дням их предоставления. Базовой основой программирования туристского обслуживания в первую очередь являются вкусы и пожелания

клиентов. Программное обслуживание тесно связано с рекреационной деятельностью.

Понятие «рекреационная деятельность» рационально рассмотреть в двух аспектах: как деятельность субъектов туристской отрасли, которые выступают средством производства туристского продукта, и как деятельность туриста, направленную на удовлетворение своих потребностей в отдыхе, оздоровлении, лечении, познании и другое, в свободное время. Рекреационная деятельность отдыхающих и организаторов отдыха выступает как процесс организации пространства и времени, то есть как деятельность, созидаящая, организующая, придающая им некоторую упорядоченность. [10, с. 271]. Виды рекреационной деятельности имеют определенное количество способов реализации, называемыми рекреационными занятиями (купание, прогулки пешком, сбор грибов и ягод, осмотр памятников и музеев и т.д.). Без рекреационной деятельности и занятий невозможна качественная программа обслуживания. Поэтому рекреационные занятия являются основой туристских программ.

Программа обслуживания туриста – это определенный цикл рекреационных занятий [10, с. 271].

Цикл рекреационных занятий (ЦРЗ) это:

- взаимосвязанное и взаимообусловленное сочетание элементарных рекреационных занятий, возникающих на базе ведущего (основного) занятия;
- взаимосвязанное сочетание различных видов деятельности людей во время отдыха, имеющее целевую ориентацию;
- программа отдыха, позволяющая на основе поведенческих возможностей и образцов реализовать определенные рекреационные цели в конкретных условиях [10, с. 271].

Построение программ по циклам рекреационных занятий предполагает специализацию туристских предприятий по отдельным видам рекреации. При разработке программы гастрономического тура туроператоры пользуются моделью рекреационного проектирования, которая включает в

себя ещё ряд понятий – «элементарное рекреационное занятие» (ЭРЗ), «цикл рекреационной деятельности» (ЦРД), «типы рекреационной деятельности» (ТРД).

Элементарное рекреационное занятие (ЭРЗ) – это целостный, однородный, не делимый на технологические компоненты элемент [10, с. 271].

Тип рекреационной деятельности – это однородная группировка ЭРЗ, взаимозаменяемых и альтернативных для всех других элементарных рекреационных занятий данной группы. Отсюда следует, что к одному ТРД относятся взаимозаменяемые ЭРЗ [10, с. 271].

Гастрономический туризм является путешествием с рекреационными и развлекательными целями, которое предполагает посещение ресторанов, гастрономических фестивалей, ярмарок, рынков, кулинарных шоу, дегустаций и иную туристическую деятельность, связанную с едой. Интерес туристов к еде и гастрономическим путешествиям создает значительный потенциальный спрос, который можно удовлетворить, создав интересный продукт, в основе которого лежит еда. Рекреационная деятельность туристов, едущих в гастрономический тур разнообразна, в силу специфики гастрономического туризма, который вбирает в себя другие виды туризма – событийный, экологический, культурно-познавательный и другие. Рассмотрим типы рекреационной деятельности, характерные для гастрономического тура (табл.4).

Таблица 4

Типы рекреационной деятельности гастрономического тура

Индекс ТРД	Название ТРД	Примеры ЭРЗ
β_{12}	Прогулка	Ходьба в щадящем режиме.
β_{14}	Общение	Беседа, разговор, обмен мнениями и т. п.
β_{17}	Шопинг	Покупки розничные, покупки оптовые, приобретение сувениров и т. п.
β_{22}	Экскурсии автобусные	Местные познавательные поездки в сопровождении экскурсовода с использованием автобуса.
β_{23}	Экскурсии пешие	Местные познавательные прогулки с

1	2	3
		экскурсоводом.
β_{24}	Посещение музеев	Познавательное посещение музеев, домов-музеев, выставок и т. п.
β_{26}	Сбор ягод, грибов	Сбор ягод, грибов, орехов, трав и т. п.
β_{43}	Зрелища	Посещение ночных клубов, шоу, фестивалей и т. п.
β_{44}	Развлекательное питание	Посещение знаменитых ресторанов, кафе, баров, национальная кухня и т. п.
β_{51}	Повышение квалификации	Приобретение новых профессиональных знаний, навыков, умений и т. п.
β_{66}	Участие в народных праздниках	Фольклорные, этнические праздники, концерты и т. п.

Ведущий тип рекреационной деятельности позволяет выявить циклы рекреационной деятельности (ЦРД) – взаимообусловленное и взаимосвязанное сочетание ТРД. ЦРД – это устойчивая комбинация повторяющихся рекреационных занятий за определенный отрезок времени. ЦРД представляет собой сюжетную базу туристской программы, позволяет на основе анализа поведенческих возможностей решить рекреационные задачи, сформировать систему мотиваций и изучить притязания клиентов, выбрав сочетания ТРД [11]. Сформированная процедура создания ЦРД позволяет разработать для туристов максимально привлекательные предложения. С помощью ЦКД возможно учесть рекреационные потребности и сформулировать требования к условиям их реализации, определить технологию обслуживания [30].

Всего с помощью оптимизации получено 17 ЦРД:

- χ^1 – водный;
- χ^2 – альпийский;
- χ^3 – альпинистский;
- χ^4 – активно-оздоровительный;
- χ^5 – коммерческо-деловой;
- χ^6 – курортный;
- χ^7 – культурно-исторический;
- χ^8 – охотничье-рыболовный;
- χ^9 – паломнический;

- χ^{10} – приморский;
- χ^{11} – приключенческий;
- χ^{12} – развлекательный;
- χ^{13} – спортивный;
- χ^{14} – фестивально-конгрессный;
- χ^{15} – экологический;
- χ^{16} – экзотический;
- χ^{17} – этнографический.

ТРД подразделяются на целевые (А), дополнительные (В) и сопутствующие (С). Целевые ТРД являются ведущим мотивом рекреационной деятельности в рамках данного цикла. Дополнительные ТРД дают возможности разнообразить рекреационную деятельность. Сопутствующие ТРД выступают фоном основной рекреационной деятельности [30]. На основании типов рекреационной деятельности гастрономического тура выявим циклы рекреационной деятельности и представим их состав в таблице 5.

Таблица 5

Циклы рекреационной деятельности в гастрономическом туризме

Индекс и наименование ЦРД	Наименование ТРД		
	Целевые (А)	Дополнительные (В)	Сопутствующие (С)
χ^4 – активно-оздоровительный	β_{12} – прогулка; β_{14} – общение.	β_{22} – экскурсии автобусные; β_{23} – экскурсии пешие.	β_{17} – шопинг; β_{24} – посещение музеев; β_{26} – сбор ягод, грибов; β_{43} – зрелища; β_{44} – развлекательное питание; β_{51} – повышение квалификации; β_{66} – участие в народных праздниках.
χ^5 – коммерческо-деловой	β_{17}	β_{14} β_{43} β_{51}	β_{12} β_{22} β_{23} β_{24} β_{44}

1	2	3	4
			β_{66}
χ^7 – культурно-исторический	β_{22} β_{23} β_{24} β_{66}	β_{12} β_{14} β_{43} β_{44}	β_{17} β_{51}
χ^{12} – развлекательный	β_{43} β_{44}	β_{66}	β_{12} β_{14} β_{17} β_{22} β_{23} β_{24} β_{26}
χ^{14} – фестивально-конгрессный	β_{51}	β_{14} β_{22} β_{66}	β_{17} β_{23} β_{24} β_{43} β_{44}
χ^{15} – экологический		β_{23} β_{24} β_{44} β_{66}	β_{12} β_{17} β_{22} β_{26} β_{51}
χ^{16} – экзотический		β_{24} β_{43} β_{44} β_{66}	β_{14} β_{17} β_{22} β_{23} β_{26}
χ^{17} – этнографический	β_{66}	β_{17} β_{22} β_{23} β_{24} β_{43} β_{44} β_{51}	β_{12} β_{14} β_{26}

Сформируем структуру циклов рекреационной деятельности для гастрономического тура (табл.6).

Таблица 6

Структурная композиция циклов рекреационной деятельности
гастрономического тура

Индекс ТРД	Наименование ТРД	Индексы ТРД								Структура ЦРД (А-В-С)
		χ^4	χ^5	χ^7	χ^{12}	χ^{14}	χ^{15}	χ^{16}	χ^{17}	
β_{12}	Прогулка	А	С	В	С	-	С	-	С	1-1-4
β_{14}	Общение	А	В	В	С	В	-	С	С	1-3-3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
β ₁₇	Шопинг	С	А	С	С	С	С	С	В	1-1-6
β ₂₂	Экскурсии автобусные	В	С	А	С	В	С	С	В	1-3-4
β ₂₃	Экскурсии пешие	В	С	А	С	С	В	С	В	1-3-4
β ₂₄	Посещение музеев	С	С	А	С	С	В	В	В	1-3-4
β ₂₆	Сбор ягод, грибов	С	-	-	С	В	С	С	С	0-1-5
β ₄₃	Зрелища	С	В	В	А	С	-	В	В	1-4-2
β ₄₄	Развлекательное питание	С	С	В	А	С	В	В	В	1-4-3
β ₅₁	Повышение квалификации	С	В	С	-	А	С	-	В	1-2-3
β ₆₆	Участие в народных праздниках	С	С	А	В	В	В	В	А	2-4-2

Таким образом, изучив работы И.В. Зорина, А.И. Зорина для определения циклов рекреационной деятельности гастрономического туризма были выявлены типы и состав циклов тура, рассмотрены формулировки определений – «рекреационная деятельность», «элементарное рекреационное занятие», «циклы рекреационных занятий», составлена структурная композиция циклов рекреационной деятельности гастрономического тура. Покажем ниже выявленные рекреационные циклы, которые представляют интерес при разработке программы гастрономического тура – активно-оздоровительный, коммерческо-деловой, культурно-исторический, развлекательный, фестивально-конгрессный, экологический, экзотический, этнографический. При рассмотрении типов и циклов видно достаточное разнообразие рекреационной деятельности в гастрономическом туре, в силу специфических особенностей этого вида туризма. В кулинарном путешествии туристы, наряду с главным мотивом – употреблением национальной кухни и напитков, могут участвовать в событийных, развлекательных мероприятиях, посещать выставки и музеи, мастер-классы с кулинарной тематикой, повышать свою квалификацию, совершать пешие и автобусные прогулки, совершать поездки в экологически

чистые места, где могут попробовать не только местную еду, но и принять участие в сборе ягод, трав. Исходя из этих особенностей, следует вывод о многогранности и разнообразии рекреационной деятельности в гастрономическом туре. На туристской арене он выступает, как часть всех видов туризма. Как отдельный специализированный вид, данный тур также фокусирует в себе разные виды туризма – экологический, событийный, культурно-познавательный и т.д. Отсюда следует, что гастрономические туры по своей рекреационной деятельности достаточно насыщены и интересны, что делает их привлекательными для потребителя. Исходя из особенностей рекреационной деятельности в гастрономическом туре, нужно чётко сформировать сюжетную базу туристской программы, определить все циклы рекреационной деятельности, выявить целевые, сопутствующие и дополнительные типы рекреационной деятельности. Это позволит удовлетворить все рекреационные потребности туристов, определить дальнейшую технологию обслуживания и разработать для потенциальных туристов максимально привлекательное предложение.

1.3. Гастрономический потенциал Испании

За последние несколько лет гастрономический туризм в Испании обрел небывалую популярность. Не только гости страны, но и её жители путешествуют по разным районам Испании в поисках диковинных блюд и напитков. Испания занимает тройку мировых лидеров по наличию и разнообразию гастрономических туров. Тысячи туристов направляются сюда, чтобы попробовать национальные кулинарные предложения. По данным АТОР в выездном турпотоке россиян в целом по 2019 году Испания занимает 4 место [38]. По статистическим данным Ассоциации культурно-гастрономического туризма около 40% русских туристов называют желание познакомиться с национальной кухней главным мотивом путешествия, и тратят более 30% своего туристского бюджета именно на

гастрономические удовольствия [19]. Исследование испанской школы туристического и гостиничного бизнеса «Ostelea» выявило, что российские туристы занимают в Испании второе после американцев место по расходам на кулинарные деликатесы. Наш турист, в среднем тратит в поездке €346 на гастрономию, граждане США – €391. Статистические данные доказывают, что Испания пользуется спросом у россиян, а гастрономическая составляющая путешествия в эту страну является одним из важных мотивов поездки.

Прежде чем спроектировать тур нужно рассмотреть и проанализировать туристские ресурсы выбранной территории. Из всего многообразия выделим именно те ресурсы, которые относятся к проектируемому виду тупродукта. Выбранный нами тур относится к гастрономическому, поэтому рассмотрим потенциал Испании в рамках «гастрономии». При разработке тупродукта, немаловажное значение имеет изучение инфраструктуры страны, так как без качественных и современных средств размещения, питания, транспортной составляющей невозможно удовлетворить запросы туристов и предоставить на рынок услуг турпродукт, отвечающий потребностям клиентов.

На сегодняшний день туризм является одной из важных составляющих экономики Испании. Туристический рынок страны в основном ориентирован на приём иностранных туристов. Сегодня Испанию выбирают как известный мировой туристический центр, современный курорт, который снискал себе славу безупречного сервиса, гостеприимства, хорошо развитой инфраструктуры и курортного отдыха.

Страна расположена на юго-западе и занимает большую часть Пиренейского полуострова, а также Канарские и Балеарские острова, включающие такие знаменитые, как Ибица и Майорка. Испания состоит из 17 автономных областей, в каждой из которых своя культура, традиции и кухня. Природноклиматические условия способствуют посещению страны круглый год. Не секрет, что многие жители стран северной Европы

переезжают в Испанию за отличным климатом. Среднегодовое количество солнечных дней здесь составляет 260. Купальный сезон длится с июня по октябрь. Страна может похвастаться бесчисленным количеством пляжей всех видов (песчаные, галечные, скалистые, из вулканического черного пепла), более 700 из них отмечены «голубым флагом» [23].

В стране отлично развитая транспортная инфраструктура. Автомагистрали королевства протянулись почти на 15 тысяч километров. В настоящее время страна лидирует по качеству автомагистралей в Западной Европе [23].

Испания насчитывает более 58 аэропортов, 16 из них имеют международный статус. Основные туристические потоки стекаются в несколько аэропортов, расположенных в городах – Мадрид, Барселона, Аликанте, Жирона, Тенерифе, Малага, Бильбао, Гранада и т.д. Сегодня россияне могут полететь прямыми рейсами в шесть аэропортов, ещё десяти пунктов назначения можно достичь при помощи стыковочных перелётов, а разветвлённая транспортная сеть позволяет довольно быстро попасть в выбранный курорт. Из аэропорта «Кольцово» г. Екатеринбург рейсы осуществляют следующие авиаперевозчики – «Уральские авиалинии», «Аэрофлот», «S7 Airlines», «Turkish Airlines». Российские туроператоры осуществляющие продажу туров по направлению Испания – «SUNMAR», «Европорт», «PEGAS Touristik», «ANEX Tour», «Coral Travel», «TUI» и др.

Гостиничная индустрия Испании великолепно развита. Практически все города и поселки побережья, располагают огромным количеством отелей, туристических апартаментов, развлекательных комплексов, объектов питания. Национальный институт туризма объявил, что в Испании существует 11 598 отелей. 1 872 гостиниц имеют категорию «звездных», то есть имеют 4 или 5 звезды. Помимо отелей, существуют и иные формы жилья. К ним относятся парадоры, пансионы, остали, квартиры, кемпинги и курорты. Кемпинги находятся на всей территории, но большинство из них расположены вдоль побережья [23]. Гордостью гостиничной индустрии

Испании являются «Парадорес» – исторические здания, переделанные в гостиницы. Страна занимает позицию лидера в Европе в этом направлении. Концепция «Paradores» является действенным мотивом для привлечения туристов, эффективным способом привлечения средств для сохранения национального наследия.

Курортный отдых приносит Испании наибольший доход среди других видов туризма. Курортный отдых страны развит в таких районах, как Барселона, Бланес, Камбрильс, Коста-Брава, Коста-дель-Гарраф, Коста-дель-Маресме, Коста-Дорада, Таррагона, Льорет-де-Мар и Тосса-де-Мар в Каталонии, Коста-дель-Сол, Малага, Тарифа, побережье Коста-де-Валенсия и Коста-Бланка, Бенидорм, Коста-де-Альмерия, Коста-дель-Соль, Коста-де-ла-Лус, Балеарские острова (Мальорка, Менорка, Ибис). Канарские острова являются круглогодичным курортом.

В Испании самая большая плотность ресторанов – на 170 человек приходится 1 заведение. К этому бизнесу испанцы подходят серьезно, что объяснимо при такой конкуренции. Традиционные заведения здесь насчитывают сотни лет и успешно продолжают работать, а рестораны высокой кухни развиваются уже полвека. В Испании есть заведения самого различного формата, начиная от придорожного бара и кончая лучшими в мире ресторанами. Цены в ресторанах Испании разные и зависят от класса заведения, места расположения и качества обслуживания. Приведем примеры некоторых интересных и необычных ресторанов в разных городах страны [24].

Недалеко от Мадрида в городе Эль-Молар расположился необычный ресторан «La Cueva del Lobo». Гордится он не только изысканными блюдами испанской кухни, но и тем, что расположен в лабиринте доисторических пещер. В большинстве из этих пещер уже около 250 лет производят вино [24].

Ресторан «Espai Sucre» (в переводе с каталонского – «сладкое местечко») был открыт в Барселоне в феврале 2000 года. Он до сих пор

является единственным в мире рестораном десертов. Техника и опыт местных кондитеров готовы усладить самого прихотливого сладкоежку [24].

На вулкане Иларио (о. Лансароте, Канарские острова) был построен ресторан «El Diablo». С тех пор толпы желающих приезжают на остров пообедать в столь необычном и экстремальном месте.

В «Dans Le Noir» предлагают устроить ужин в абсолютной темноте. Первый ресторан такого формата открылся в Барселоне, позже сеть расширилась до Лондона, Нью-Йорка и Парижа [24].

В Валенсии расположен уникальный ресторан под водой «Submarino». Находится он внутри самого большого в Европе водного океанографического комплекса.

Основанный в 1725 году, ресторан «Casa Botin» в Мадриде является самым старым в мире, что подтверждает Книга рекордов Гиннеса. Также «Casa Botin» известен тем, что в 1765 году здесь работал будущий знаменитый художник Франсиско Гойя [24].

Летающий ресторан «Dinner In The Sky», который можно встретить во многих других туристических городах мира, уже около 10 лет существует в Барселоне. Платформа поднимается на специальной установке с 22 гостями на борту [24].

Географическая близость, климат, хорошо развитая инфраструктура, являются определяющими при выборе Испании, как страны для международного туризма у ее близких соседей. Каждый год страна принимает миллионы туристов со всего света, которых привлекают пляжи, курорты, мероприятия, казино и разнообразная гастрономия. Разные ландшафты, разнообразие регионов, более 100 природных парков и парков развлечений, богатое историческое прошлое, национальный колорит, фестивали и праздники, многогранная национальная кухня – всё это способствует популярности Испании у туристов. Многие едут сюда, чтобы проникнуть в самое сердце испанской кулинарной вселенной, почувствовать

её культуру, традиции, быт «на вкус», через местную, самобытную, аутентичную кухню.

Современная кулинария Испании вобрала в себя традиции многих веков. Это симбиоз гастрономических традиций сразу 17 разных регионов страны. В каждом регионе своя кухня, поэтому гастрономические туры в страну интересны и разнообразны. Описывать все нюансы гастрономических туров по испанским провинциям – значит написать несколько томов одной книги, поэтому опишем, вкратце, гастрономические отличия регионов Испании.

Нынешняя кухня центрального автономного сообщества – Мадрид представляет скорее общеиспанскую, чем региональную кухню. С тех пор как Мадрид стал столицей Испании, рецепты и традиции регионов тесно переплелись в этом городе, но и здесь можно найти много интересного. Именно отсюда на территорию всей страны распространился хамон, который сейчас стал уже символом Испании. Путешественник может посетить Музей Хамона, где можно продегустировать несколько видов кулинарного символа страны; зайти на старинный крытый рынок «San Miguel», где огромный выбор испанских блюд; оказаться в старейшей таверне в доме Сервантеса, где турист попробует знаменитый местный вермут и узнает об особенностях литературного района; пройтись по улице Гран-Виа – атмосферному и многолюдному месту с большим количеством ресторанов, модных магазинов и красивых архитектурных зданий [14, с.116].

Арагон славится своей простой, сытной кухней. Основа блюд здесь – мясо, которое отлично сочетается с местными винами и сырами. Супы, жареные на вертеле ягненок и козленок, «жареная спаржа» (телячьи хвосты), великолепная ветчина, форель из местных речек, «туррон» с миндальными орехами, десерты, шоколад, консервированные персики – всё это предлагает туристам данный регион.

Кухня региона Наварра сочетает в себе баскские, французские и арагонские традиции. Славится блюдами из дичи, рыбы и птицы, розовым

вином из винограда «Гарнача», твердым сыром «Ранкаль» из овечьего молока [9, с 147].

Ла-Риоха – крупнейший центр виноделия. Именно в этом регионе производят хамон высочайшего качества и выращивают редкие сорта винограда. Особые климатологические условия позволяют каждый год собирать богатые урожаи для приготовления вина и «кавы». Ла Риоха знаменита ароматным овощным рагу, в основу которого входят фасоль, спаржа, местные колбаски и, конечно же, хамон. Здесь можно посетить знаменитые винодельни, различные бodega, пройти по маршруту тапасов по улице Лаурэль – «Ruta de tapas» и многое другое [14, с. 163].

Страна Басков – автономное сообщество на севере Испании. Её самый известный город Сан-Себастьян славится своей изысканной кухней. В этом городе на одного человека приходится больше звезд авторитетного ресторанный гида Мишлен, чем где бы то ни было. Здесь работают знаменитые рестораны «Arzak» и «Mugaritz», которые постоянно входят в рейтинги лучших заведений мира. Туры сюда часто включают мастер-классы от мишленовских поваров. Этот край богат на дары атлантики – осьминоги, рыба, угорь, каракатицы, треска и другое. Здесь можно посетить музей Гутгенхайма в Бильбао, знаменитый пляж «Ракушка» в Сан-Себастьяне, винодельни и сыроварни, попробовать свежие морепродукты в деревне у рыбаков [14, с. 169].

Кантабрия – старейшая провинция страны, может похвастаться блюдами из морепродуктов, местными винами, лучшим в Испании маслом и другими изысками. В охотничьем заказнике «Саха» можно поохотиться на медведя, кабана, косулю, а после попробовать экзотическое мясо в местных ресторанах, после посетить сыроварню у подножия Кантабрийских гор, которая производит сыры из молока коров, коз и овец, ознакомиться с технологией производства различных сыров, а также продегустировать несколько сортов, далее принять участие в приготовлении кексов на кондитерской-пекарне, которая славится на все «зеленое» побережье

традиционными нежнейшими кексами «собаос», а позже поужинать в теплой компании и познакомимся с гастрономическими традициями горного региона.

В регионе Астурия помимо вина можно попробовать местный сидр, великолепные сыры. Бобы – основа большинства всех астурийских блюд. «Фабада» – самое знаменитое и, возможно, самое калорийное блюдо региона Астурия. Именно в этом регионе выращивается крупная белая фасоль, которая и является основой блюда.

Галиссия пропитана духом старинной Испании. Здесь готовят морских гребешков, блюда из морской и речной рыбы, различных морепродуктов. Этот регион снабжает Мадрид и другие страны дарами моря. Ежегодно в августе проходит «Осминожья ярмарка» в местечке Карбальино. Помимо основного блюда, здесь можно попробовать хлеб, аргентинские «эмпанадас» (пирожки из пшеничной муки с разнообразными начинками, обжаренные в масле, по сути, «братья» чебурека) и запить испанским вином. Всё это сопровождают местные музыкальные группы и традиционные танцы. Путешественник, оказавшийся в этом регионе, может ознакомиться с технологией приготовления моллюсков при посещении устричной фермы, продегустировать местные белые вина в винодельнях, попробовать сыры и многое другое [14, с. 192].

Кастилия и Леон считается самым мясным регионом Испании. Главный элемент застолья в этом регионе – это «кочинильо асадо», или молоденький поросенок. Его подают на стол целиком вместе с головой. Также эти регионы славятся своим вином, винными погребами, блюдами из говядины и дичи, разнообразными сырами.

Кастилия-Ла-Манча – родина «Дон Кихота», земля работающих крестьян. Мясо, рыба, дичь пользуется у местных жителей популярностью при приготовлении блюд. Кастилия-Ла-Манча – это тоже про овощи, плюс еще про сыр. Сорт «манчего» – это твердый сыр из овечьего молока. Причем

такую породу овец можно найти исключительно в этом регионе, именно поэтому сыр обладает таким неповторимым вкусом [14, с. 223].

Эстремадура наименее известная из областей Испании, родина острых колбасок «Чорисо». Регион производит отменные колбасы и консервы, распространены всевозможные блюда из свинины. С конца апреля по май, здесь проходит национальный фестиваль сыров в Трухильо. Как и любой регион Испании славится вином.

В регионе Андалусия выращивают оливки и производят отменное оливковое масло. Именно здесь родился знаменитый андалусский холодный суп из протертых овощей – «гаспачо». В регионе можно отведать прекрасные блюда из дичи. Город Севилья – столица провинции, родина Дон Жуана, Фигаро, здесь покоятся останки Христофора Колумба. В Севилье помимо разнообразных блюд можно попробовать закуски-тапос в сопровождении местного вина или анисовой водки. Сюда со всего мира съезжаются любители фламенко, посещают специальные артистические «кафе-кантанте» («таблао»), где наслаждаются местной кухней в сопровождении ярких выступлений. Андалусия является родиной хереса (вино с низким содержанием сахара). Сорта и виды этого напитка здесь можно выбрать на любой вкус, а также испить темно-золотистое ликерное вино – «малага». Андалусия славится своим разнообразием – мясо, дичь, морепродукты, овощи и другое, в её кухне прослеживаются арабские нотки, это единение историй множественных культур и народов, которые когда-то здесь обитали (регион долгое время был под властью мавров с VIII по XV век). Туристов в поездке по данному региону обязательно отправят на сыроварню, где производится известный во всем мире кремообразный сыр с твердой оболочкой «Торта дель Касар» (Torta del Casar), который до сих пор по праву считается одним из лучших сыров Испании, в городе Арасена путешественники продегустируют знаменитый хамон из иберийской свиньи, который имеет знак качества «5J Хотас» и считается одним из лучших деликатесов в мире. Туристы могут отправиться в винный город

Херес-де-ла-Фронтера в самую главную и старую винодельню по производству хереса «Gonzalez Byass», а также посетить различные мастер-классы от местных шеф-поваров, фабрику оливкового масла в Кордобе и многое другое [14, с 249].

Мурсия – самая маленькая провинция. Главные культуры, которые здесь выращивают – лимоны, абрикосы, виноград, персики, различные овощи и т.д. Не менее популярны здесь блюда из мяса и приморской кухни. В местных приморских тавернах можно отведать прекрасно приготовленную «паэлью», попробовать римскую закуску, которую жевали legionеры, маршируя по дорогам провинции, посетить винодельни, принять участие в загонной рыбалке на тунца, насладиться кулинарным наследием античности на территории римского театра (в центре города), а на десерт оставить «папарахотэ» (блюдо в тесте из лимонных листьев) и многое другое.

Валенсия – родина главной испанской знаменитости «паэльи» (готовится с использованием кролика, курицы, артишоков, фасоли и улиток). Здесь проходят различные мастер-классы по приготовлению этого блюда. Апельсины, дыни, оливки, миндаль, помидоры, лук, шафран, морепродукты, вина отлично характеризуют кухню Валенсии, которая считается одной из лучших в Испании. Валенсия может похвастаться своим центральным рынком – один из самых больших и красивых рынков Европы. Хамон, сыры, валенсийский шоколад, разнообразные фрукты, морепродукты – здесь есть все. В регионе можно посетить старинную орчатерию для дегустации традиционного валенсийского напитка и настоящей гордости города – «орчату», которая изготавливается из земляного миндаля только в валенсийском регионе, и является очень полезной для здоровья. К «орчате» прилагаются сладкие палочки «фартонс». Валенсия славится различными семейными винодельнями, пивоварнями (пивная фабрика находится в городке Хатива), сырами (более 150 видов), необычными ресторанами (например, валенсийский ресторан-аквариум) [14, с. 316].

Балеарские острова (Майорка, Минорка, Ивиса, Форментера, Кобрера) – наиболее престижные и привлекательные зоны отдыха на Средиземном море. В кухне Балеаров преобладают морепродукты. Здесь можно попробовать суп-рагу из омаров, горячее из мяса ската и другое. Именно в этих местах изобрели всем известный соус – майонез. Кафе, дискотеки, рестораны на каждом шагу предлагают коктейли, испанские вина, кофе и закуски. Здесь посещают мини-рестораны, где подают морепродукты, катаются на яхтах, наслаждаются танцами и концертами сидя в открытых кафе, пробуют местные блюда из только что словленной рыбы. Белый песок, невероятные пляжи, ночная жизнь, вкуснейшие блюда – все это Балеарские острова.

Многочисленные бары, рестораны, кафе Канарских островов (Гран-Канария, Тенерифе, Фуэртевентура, Лансароте, Пальма, Гомера, Иерро) предлагают посетителям интернациональные блюда. Местная кухня основана в первую очередь на изобилии свежей рыбы. Подают здесь крольчатину, курятину, свинину под различными соусами, на столе часто встречаются местные густые овощные супы, сладкие десерты, домашние канарские вина, пиво и, конечно же, фрукты (авокадо, манго, папайя, персики, гуава и т.д.). На Тенерифе можно посетить настоящую кулинарную школу, где проводят мастер-классы, гастрономические лекции и дегустации, центр культуры вина под названием «Casa del vino La Baranda» – одно из самых старых хранилищ вина на острове (на территории винного комплекса расположен дегустационный зал, музей вина, ресторан), отправиться на столетнюю плантацию «Punta del Lomo», где выращивают самый значимый для острова фрукт – банан, и наконец, пообедать на острове Лансароте в ресторане на вершине вулкана, где на его жерле готовят невероятные стейки [14, с. 355].

Каталония – удивительный край, который ни одного туриста не оставит равнодушным. Это яркая земля со скалистыми побережьями Коста-Бравы, пасторальными пейзажами Коста-Дорады, с богатейшим культурным

наследием Барселоны, и, конечно же, уникальной гастрономией. Главный город Каталонии – знаменитая Барселона. На главной улице этого города «Рамбла» средоточие достопримечательностей, развлечений, ресторанов и кафе. В середины улицы находится знаменитый крытый рынок «Лабакерия», который стоит посетить любому туристу. С XIII века здесь продают свои продукты местные фермеры – морепродукты, овощи, национальные блюда и закуски под соусами, сыры, колбасы, хамон, различные вина (кава, сангрия, розовое либерийское и т.д.). Каталонская кухня вкусна и разнообразна. В городе Тарагонна можно попробовать настоящий абсент, различные вина, «каву», свежие продукты. В г. Вик турист может купить экологически чистые продукты на местном рынке, который работает с IX века. В Коста-Брава, в дельте реки Эбр, принять участие в посадке риса на рисовых полях и посетить устричные фермы. [14, с. 380].

При рассмотрении кулинарных особенностей кухонь регионов Испании видно, что гастрономия страны обширна, разнообразна и многогранна, здесь любой турист, с самым взыскательным вкусом, может выбрать то блюдо, которое придется ему по душе и отправиться в гастрономическое путешествие по региону, который представляется ему наиболее интересным, в плане кулинарных изысков, традиций и культуры.

Сами испанцы очень трепетно относятся к любимым национальным продуктам. Некоторые из них настолько популярны, что были удостоены собственного музея. Перечислим самые известные из них в таблице 7.

Таблица 7

Известные гастрономические музеи Испании

Наименование музея	Расположение, история создания музея
Музей хамона (Museo del Jamón)	Расположился в небольшом городке Арасена, в провинции Уэльва в Андалусии. Музей был открыт в 2005 году, чтобы познакомить широкую публику с многовековой культурой и технологией изготовления хамона.
Музей, посвящённый сыру (Museo del Queso Manchego)	Расположен в историческом центре города Мансанарес, провинции Сьюдад-Реаль. Именно здесь в 2014 году открыл свои

1	2
	двери первый в мире музей-сыроварня. Расположенный в стенах старинного особняка, музей приглашает посетителей познакомиться с историей знаменитого сыра, способом его приготовления и особенностями производства в промышленном масштабе.
Музей, посвященный вину (Museo del vino de Valdepeñas)	Расположен в провинции Сьюдад-Реаль, в городе Вальдепеньяс, именуемым порой «городом вина», один из лидеров по продаже вина в стране.
Музей андалусского оливкового масла (Museo del Aceite Andaluz)	Расположен в г. Гранада, регион Андалусия.

О серьезном отношении испанцев к вину свидетельствует наличие Ассоциации музеев вина, в рядах которой насчитывается более 30 музеев, виноделен и тематических центров. Также в стране многообразие - пиво и сыроварен, фабрик по производству колбасных изделий, сладостей и многого другого.

Испания славится не только своей разнообразной кухней, но и множеством фестивалей, ярмарок, международных выставок. Фиест и карнавалов, праздников различной тематики здесь предостаточно. Перечислим самые известные.

С января по март в Каталонии проходит «Кальсотада» (calçotada) – луковое барбекю. Кальсот – вид лука, напоминающий лук-порей. Можно самостоятельно найти точку для барбекю, купить лук и соус «ромеско» из перцев и миндаля, отправиться знакомиться с испанцами, чтобы получить инструкции по правильному приготовлению. Одна из ближайших точек расположена в Барселоне на станции Las Planes [25].

Праздник осьминога «Fiesta del Pulpo» проводится ежегодно в августе, в г. Карбальино, регион – Галисия. Помимо основного блюда, здесь можно попробовать хлеб, вино, аргентинские «эмпанадас» (пирожки из пшеничной муки с разнообразными начинками). Всё это сопровождают местные музыкальные группы и традиционные танцы [40].

Один из самых крупных гастрономических фестивалей «Gastrofestival Madrid» проходит с января по февраль в Мадриде. Масштаб впечатляет: помимо специальных цен и особого меню в сотнях ресторанов, устраивают тематические мероприятия в галереях, а также кинопоказы и концерты. В городе проводятся мастер-классы, в том числе для детей, дегустации и ужины, приготовленные звёздами испанской кухни. Магазины, связанные с гастрономией предлагают в эти дни особые цены и акции [40].

Гастрономический фестиваль улиток «l'Aplec del Caragol» (последние выходные мая, г. Лерида, Каталония) – праздник признан национальным туристическим достоянием Каталонии. В настоящее время фестиваль посещают более 250 000 человек, а само сообщество поклонников моллюсков насчитывает более 50 000 участников. Здесь можно попробовать множество блюд из улиток, некоторые настолько эксклюзивны, что не встречаются больше нигде в мире. Это не просто дегустации, а соревнования между командами разных стран. Помимо моллюсков, для гостей готовят обширную программу с танцами, пиротехническими шоу, парадами и шествиями [40].

Фестиваль каштанов «Castañada» (с середины октября по декабрь, север Испании, Каталония) – приурочен праздник к Хеллоуину. По испанской легенде, чтобы почтить память умерших, звонари били в колокола всю ночь без перерыва, а чтобы они восстановили силы, родственники приносили им жареные каштаны. Сейчас традиционно на улицах устанавливают маленькие палатки, в которых каштаньеры (так называют людей, работающих тут) жарят батат (сладкий картофель, родом из Перу) и каштаны на углях, заворачивая их в кульки из газет.

«Tast a la Rambla» (июнь, Барселона) – один из самых ожидаемых фестивалей для любителей стрит-фуда и одновременно высокой кухни. Шеф-повара ресторанов уровня выше среднего выходят на улицу Рамбла, чтобы презентовать специально разработанные «тапасы» (закуски). Тут найдётся и бычий хвост с трюфелем, и пицца из слоёного теста с шоколадом,

и тунец с соусом из авокадо. При этом легко можно пообщаться с поварами о еде, ресторанах, рецептах и гастрономии в целом. Весь фестиваль делится на несколько зон с традиционной кухней, десертами, авторскими блюдами [40].

«Palo Alto Market» (первые выходные каждого месяца, кроме января, Барселона) – «высокая палка», такое название он получил из-за высокой трубы на территории завода, где его проводят. Здесь и про еду, и про одежду и про аксессуары. Ещё и про музыку: две сцены с разными стилями, живые выступления и ди-джейи. Еда обычно делится на три зоны: сладкое, кухни народов мира и вагончики со стрит-фудом [40].

«Tomatina» (ежегодно в конце августа, г. Буньол, регион Валенсия) – самое «грязное» развлечение лета. Это праздник проводится с 1945 года. Всё заключается в битве томатами. Правила простые: не рвать одежду, бросаться помидорами можно ровно час, при этом перед броском надо раздавить овощ, чтобы никого не покалечить, кидаться чем-то, кроме томатов, нельзя. Кстати, удовольствие бесплатное: на сайте можно купить входной билет или сразу целый пакет развлечений. Например, вход на битву и вечеринка после обойдутся в 35 евро [40].

Выбрать самые интересные гастрономические фестивали в Испании непросто. В каждом регионе проводятся свои праздники, посвящённые одному продукту, или мероприятия, связанные с религией, обычаями. И везде ключевую роль играет еда. Многообразие рынков, местные продукты, весь этот микс кухонь других стран превращает страну в один большой фестиваль. Если взять ещё и алкогольные праздники, то тут будут и винные фестивали, и недели кавы. Конечно, не обойдётся без пива, вермута и других традиционных напитков [25].

Таким образом, опираясь на анализ работ: И.И. Лазерсон, Д.А. Савина, С.М. Синельникова, Т.Г. Соломоник, А.В. Урядовой мы описали гастрономические особенности Испании, её регионов. Статистические данные испанских и российских туристских ассоциаций указывают на то, что Испания является популярным направлением в сфере гастрономического

туризма не только во всем мире, но и в России. Жители города Екатеринбурга, по данным аналитиков, также выбирают страну для посещения, где гастрономическая составляющая занимает одно из первостепенных мест в поездке. Разнообразие национальной кухни регионов, большое количество фестивалей и объектов гастрономического туризма (винодельни, музеи, рестораны, фермы и т.д.) доказывают, что Испания обладает громадным гастрономическим потенциалом, а национальная кухня, её колорит и самобытность интересна туристам во всем мире.

ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА В ИСПАНИЮ

2.1. Маркетинговое исследование необходимости проектирования гастрономического тура в Испанию

Проектирование любого товара, услуги, его внедрение и продвижение невозможно без предварительного сбора информации и анализа внешней среды. Чтобы новый продукт был успешен, отвечал соответствующим тенденциям потребления, конкурентоспособен, необходимо провести маркетинговый анализ рынка, конкурентов, выпускающих аналогичную услугу, обозначить целевую аудиторию, выявить угрозы и возможности, сильные и слабые стороны туристской услуги. Цель маркетингового исследования – актуальность и востребованность проектирования гастрономического тура по Испании среди жителей Свердловской области и г. Екатеринбурга. Проанализируем мировую и российскую статистику, рассмотрим компании, которые предлагают гастрономические туры в Испанию на российском рынке и города Екатеринбурга, выявим пласт потенциальных потребителей, которым интересен данный вид путешествий и направление тура.

Сегодня наблюдается устойчивый мировой тренд на гастрономический туризм и кулинарию. Ежегодный прирост рынка гастрономических путешествий составляет 7%. Росту его популярности способствует усталость от урбанизации, стремление туристов лучше знать, что они едят, поиск новых ощущений, переход от массовости, стандартности, к более индивидуальным программам. По данным The World Food Travel Association объем рынка гастрономического туризма составляет более 45 млрд. долларов в год. 87 % стран выбирают гастрономию, как драйвер развития других своих отраслей, элемент определения имиджа и бренда территории [41]. 39% туристов называют основным мотивом путешествия – гастрономию. По

данным Всемирной туристской организации 79% туристов выстраивают свое путешествие с учетом особенностей местной кухни и календаря гастрономических событий и тратят 38% своего бюджета на питание. Наблюдается глобальный рост конкуренции и рост числа компаний по организации гастрономических туров, различных тематических мероприятий. Для России гастрономический туризм – явление относительно новое. По оценкам The World Food Travel Association наша страна в 2013 году вошла в один из наиболее развивающихся рынков по данному направлению [41]. В России с 2015 года действует Ассоциация культурно-познавательного туризма. С 2017 года в стране запущены проекты – виртуальная гастрономическая карта России, сотрудничество с Google, открытие программы мобильных гастрономических фестивалей и т.д. По оценке агентства «ТурСтат» сегодня гастрономический туризм обретает популярность в нашей стране. Многие туристы едут в гастропутешествия по самым модным российским и зарубежным направлениям. Одним из таких направлений является Испания, которая обладает высоким гастрономическим потенциалом. Испанская ассоциация энтотуризма утверждает, что более 15% туристов посещают страну для знакомства с местными кулинарными изысками и дегустацией вин. По данным опроса, проведенного онлайн-агентством путешествий «Tripsta», страна входит в тройку лидеров, кухне которой российские туристы отдают предпочтение. Стоит отметить, что испанское направление популярно у жителей Екатеринбурга. Аналитики «Яндекс. Путешествий» выделили «ТОП-15» популярных запросов екатеринбуржцев о странах. Среди 15 стран за 2019 год – Испания занимает шестую позицию по числу туристских запросов в Екатеринбурге. Тенденции роста привлекательности гастрономических туров среди россиян, привели к появлению на рынке туризма новых фирм, которые организуют различные туры для знакомства с национальными кухнями разных стран. Проанализируем рынок российских туроператоров и их предложения по гастрономическим турам в Испанию.

Первым экспертом на российском рынке по гастрономическим турам является московский туроператор «Travel Hunter». В этом направлении компания работает с 2011 года. По направлению – Испания, фирма предлагает тур «Мозаика солнца – гастрономическая Барселона», рассчитанный на 4 дня/3 ночи. Цена тура на одного человека – 1040 евро. В программу входит посещение различных объектов гастрономии города Барселоны (тапас-бара, музея Хамона, виноделен «Cavas Codorniu», «Torres», винных погребов, рынка Бокерия). В стоимость тура входит: трансфер, размещение, экскурсии, питание согласно программе, индивидуальный транспорт, гид. Дополнительно оплачивается: авиаперелёт, виза, консульский сбор, страховой полис, любые пункты, не входящие в программу [20].

Туроператор «Coral Travel» предлагает две гастрономические программы с отличием по времени и звездности отеля [36].

Тур «Каталония на вкус», продолжительностью 8 дней/7 ночей включает в себя обзорную экскурсию по Барселоне, дегустацию «тапас», национальных напитков во время прогулки по Готическому кварталу и улице Рамблас, экскурсию в Рупит, приморский город Ситчес с посещением погребов, дегустационный ужин в культурно-гастрономическом пространстве «Опера Самфаина». Цена тура – 126 116,62 рубля. В стоимость включено: перелёт charterным рейсом, проживание, завтраки и один ужин. Дополнительно оплачиваются: виза, страховка от невыезда, топливный сбор, медицинская страховка [36].

Экскурсионный тур «Барселона – Гурмэ Уикенд» рассчитан на 5 дней/4 ночи. Программа тура представлена в сокращенном варианте и дублирует этапы представленного выше предложения «Каталония на вкус».

Туроператор «Тез-Тур» специализируется на VIP-клиентах и корпоративных программах. В чистом виде, в линейке предложений гастрономических туров нет, кроме представленных на сайте примерных вариантов для корпоративных клиентов. Программа «Барселона – экспериментальный тур» рассчитана на 4 дня для инсентив-группы в 15-25

человек. Включает в себя: ужин в ресторане «Вам Can Travi Nou», прогулку по Барселоне на сегвях с остановкой в кафе средиземноморской кухни, ужин в видовом ресторане «La Viblia», прогулку на лошадях по оливковой роще у горы Монтсеррат, дегустацию оливково масла, тапас-тур по кафе столицы Каталонии, ужин и шоу Фламенко в «Palacio del Flamenco». Программа ещё одной инсентив-поездки в Тенерифе включает варианты тимбилдинга: приготовление пазлы, джин-тоника, «mojito challenge», «съедобное казино», экскурсию к вулкану Тэйде с ужином на страусиной ферме [35].

Туроператор «Европорт» предлагает несколько программ гастрономической тематики с вылетом из Москвы:

- тур «Каталония на вкус» от 1995 евро (7 дней) включает вкусные прогулки по Барселоне, экскурсии в Рупит и Ситчес с посещением погребов каталонского шампанского «Cava», дегустационный ужин в ресторане «Асатор де Аранда», 7 завтраков, 1 ужин, 3 дегустации, экскурсии с русским гидом по программе, групповые трансферы, авиаперелёт, проживание в отелях 3-4 звезды, визу и страховку;

- тур «Барселона – гурмэ-уикенд» от 1498 евро на 4 дня/3 ночи представляет собой сокращенную программу тура «Каталония на вкус». Включает 3 завтрака, 1 обед или ужин в ресторане, дегустации и экскурсии с русским гидом по программе, авиаперелет, трансфер, виза, проживание;

- «Винно-гастрономический тур по Риохе и Рибера Дель Дуэро» на 7 дней предлагает гостям обзорную экскурсию по Барселоне, поездку в Риоху с дегустацией закусок и риоханских вин, экскурсии, посещение бодег «Исиос» и «Маркиз де Рискаль», дегустация вин в Рибера Дель Дуэро, программа тура составлена с элементами культурно-познавательного туризма.

В основном программы, представленные перечисленными туроператорами стандартные и шаблонные. С прямым вылетом из Екатеринбурга предложений недостаточно, полетные программы по турам открыты из Москвы.

Рассмотрим туристские агентства г. Екатеринбурга, которые предлагают гастрономические туры в Испанию.

Сеть туристических агентств «1001 тур», имеющая свои филиалы в г. Екатеринбурге предлагает стандартный тур «Гурмэ – weekend в Барселоне» представленный в линейке туроператоров, рассмотренных выше, а также тур «Музыкальный weekend в Мадриде». Программа состоит из пешеходной прогулки по старому Мадриду с рассказами об истории, культуре и гастрономии Мадрида, посещения шоу-фламенко с напитками и музыкального ужина-спектакля «Под звуки Оперы». Тур рассчитан на 4 дня по цене 32 213 рублей (цена варьируется в зависимости от звездности отеля) В стоимость включено: проживание, питание, экскурсии с гидом, входные билеты, трансфер. Авиаперелёт, виза, консульский сбор, медицинская страховка оплачиваются дополнительно. Также в линейке предложений есть «Винно-гастрономический тур по Риохе» из Барселоны и «Вкусы Каталонии», которые полностью дублируют программы туров, представленных выше туроператоров. Отличается только стоимость, так как в неё входит авиаперелёт и оформление документов. Агентство предлагает авторский тур «Наследие баскских традиций» рассчитанный на 8 дней/7 ночей. Начало путешествия во Франции, с переездом в Испанию. Программа включает: посещение г. Бордо и самой знаменитой винотеки региона, г. Сент-Эмильон и французского шато-винодельческого хозяйства, г. Аркашона и устричной фермы, г. Сан-Себастьян в Испании и пинчос-баров с дегустацией различных закусок, региона Риоха с винными погребами и бodegaми, г. Витория-Гастейс с кондитерскими Goya, г. Бильбао с пинчос-барами и историческим кафе «Ирунья» (излюбленное место Хемингуэя). После туристы вновь отправляются во Францию и посещают ещё один винодельческий регион. Цена за тур – 59 079 рублей. В стоимость входит: проживание в отелях 4 звезды в Бордо и в Сан-Себастьяне, завтраки в отеле, транспорт на все трансферы и экскурсии, сопровождение русскоязычного гида, экскурсии, пикник на свежем воздухе в регионе Риоха.

Дополнительно оплачивается авиаперелёт, оформление документов, посещение баров, ресторанов, обеды и ужины [38].

Туристическая компания «Коллекция путешествий DSBW» в г. Екатеринбурге предлагает авторские туры в Испанию с элементами гастрономии. Один из авторских туров «Испания/Страна Басков – Кантабрия» в основном культурно-познавательный. Программа предложения включает некоторые объекты гастрономического туризма: дегустация красных вин Риоха в местной бodega деревушки Лагуардия, в г. Сан-Себастьян прогулка по местным барам и ресторанам, посещение бodega в г. Герника, дегустация Txakoli – мягкого белого вина, в г. Сантандера посещение знаменитого рыбного рынка «Mercado de la Esperanza». Тур рассчитан на 9 дней, мини-группу до 12 человек. Цена тура – 1 375 евро. В стоимость входит: проживание, завтраки, экскурсии, сопровождение гидом, трансферы, комфортабельный автобус по маршруту, страховка. Компания предлагает ещё ряд авторских программ по Испании.

В линейке предложений одного из филиалов международного туроператора «BSI GROUP», расположенного в г. Екатеринбурге представлено два авторских тура гастрономической тематики. Авторский тур «Вкус и аромат Галисии» приглашает гостей в рыбацкий поселок юго-западного побережья Галисии, побывать на утреннем рынке, поучаствовать в сборе моллюсков в сопровождение опытного ловца, а позже отведать блюда, приготовленные из собранного улова, продегустировать несколько видов морских деликатесов в традиционных заведениях, в посёлке Комбарро туристы побывают в horreos – амбарах, используемых для хранилища зерна, далее группа отправиться в винодельческий регион Рибера Сакра, совершить визит на уникальную галисийскую сыродельню. Тур рассчитан на 8 дней/7 ночей. Стоимость тура – 216 999 рублей. В стоимость входит: групповой трансфер, проживание на аутентичной баскской вилле повышенной комфортности, завтраки и ужины на вилле, 1 обед на винодельне Рибера Сакра, экскурсии, комфортабельный автобус, сопровождение опытного гида.

Ещё один тур от компании «Вкус и аромат страны Басков» рассчитанный на 8 дней/7 ночей стоит 224 699 рублей. Отличие данных предложений от других – более разнообразная программа, сложные маршруты, насыщенность, комфортабельное проживание, что повышает стоимость данных туров [38].

Туристическая компания «КАТУР-Авиа» предлагает индивидуальные и групповые экскурсионные туры по Испании на 8 дней с вылетом из Екатеринбурга. На сайте представлена информация об экскурсиях в туре – «Лучшие рестораны и бары Мадрида», «Лучшие рестораны и бары Барселоны».

Туристическая фирма г. Екатеринбурга «Королевство путешествий» предлагает туристам событийный «Новогодний тур в Испанию». В программе тура: ужин в национальном ресторане музея под открытым небом «Испанская деревня», за дополнительную плату экскурсии в винные погреба и Ситжес, посещение ледяного бара. В чистом виде туры гастрономической тематики в Испанию фирма не предоставляет.

Туристическая компания «Ява-Тур» предлагает 4 гастрономических тура: «Наследие баскских провинций. Из Бордо в Бильбао дорогами виноградников» (цена – от 62 344 рублей); «Вкус и аромат Галисии» (цена – от 114 240 рублей); «Вкус и аромат страны Басков» (цена – от 118 419 рублей); «Вкус и аромат Кастилии. Правила виноделов» (цена – от 166 483 рублей). Все туры рассчитаны на 8 дней/7 ночей. В программу «Вкус и аромат Кастилии. Правила виноделов» входит визит на уникальную экологическую ферму, посещение сыродельни, бродильни, экологического сада, обед из традиционных блюд кастильской кухни, поездка в Национальный парк в верховьях реки Дуэро, дегустация португальских вин «Порто» на борту катера, знакомство с винным краем Рибера дель Дуэро, путешествие по винодельческому хозяйству и старейшим погребам, знакомство с испанским хамоном на ферме и секретами выдержки разных сортов мясного деликатеса, обедом в горном районе Кастилии в таверне. В стоимость включено: проживание в аутентичном кастильском замке,

завтраки и ужины, три обеда, две винные дегустации, дегустация хамона, групповые трансферы, транспорт и экскурсии, комфортабельный автобус, сопровождение русскоязычного гида на всем маршруте тура, все заявленные по программе экскурсии, входные билеты на туристические объекты по программе.

Также в ходе анализа турфирм были выявлены частные компании, специализирующиеся на гастрономическом туризме, которые в своём большинстве располагаются в крупных городах России – Санкт-Петербурге и Москве. Клуб гастрономических путешествий «Hedonism Travel» предлагает гастрономический тур «Риоха и страна Басков» на 6 дней для группы 12 человек, винный тур «Риоха и страна Басков» на 6 дней для групп 12 человек. Цена туров – от 148 000 рублей. В стоимость входит: проживание, завтраки в отелях, весь транспорт по программе, трансфер, экскурсии, сопровождение гидом и сомелье, дегустации, входные билеты по программе, 1 обед и ужин с вином.

Проведенное исследование конкурентов показало, что предложения по гастрономическим турам в Испанию в большинстве случаев носят экскурсионный характер. Туроператоры предлагают стандартные, шаблонные гастрономические программы, которые дублируют друг друга. В основном вылеты на такие туры из Москвы, прямых вылетов из г. Екатеринбурга мало. Обычно в стоимость не включают перелёт и оформление различных документов. Большинство туров рассчитано на группу от 10 человек, временные рамки – от 6 дней до 8 дней. В целом наблюдается дефицит индивидуальных и авторских гастрономических туров в Испанию в линейке предложений российских компаний и турфирм г. Екатеринбурга. Краткая характеристика рассмотренных гастрономических туров и туристских фирм представлена в приложении 1.

Перед тем, как приступить к проектированию гастрономического тура и интегрировать его в рыночный процесс, необходимо определить целевую

аудиторию, потребностям которой он отвечает и пользуется спросом у данного спектра потребителей.

Для начала рассмотрим специфику гастрономических туров. Несмотря на то, что данный вид туризма появился на российском рынке сравнительно недавно, в настоящее время наблюдается повышенный интерес общества к гастрономической тематике. Выраженное внимание средств массовой информации к гастрономии, повышение спроса потребителей на высококачественную продукцию от местных производителей, влияют на позитивную динамику появления уникальных предложений по этому виду туризма на российском рынке. Как правило, такие туры в линейке предложений туристских компаний не представлены в чистом виде, так как элементы гастрономического туризма сливаются с продуктами других видов – этнографического, событийного, образовательного, экологического, сельского, религиозного и т.д. Поэтому, чаще всего, туристские фирмы предлагают потребителям комбинированные гастрономические туры, которые консолидируют в себе целый спектр видов туризма. Например, в программах таких туров посещение ресторанов гармонично сочетают с экскурсиями или пляжным отдыхом, знакомство с особенностями национальной кухни совмещают с различными тематическими фестивалями и шоу-программами. Эти особенности положительно отражаются на интересе потребителей к данному направлению в туризме, так как в гастрономическом туре, турист узнает о повседневной жизни, истории и культуре страны намного больше, чем в классическом экскурсионном путешествии [12].

Организация гастрономических путешествий требует индивидуального подхода, так как помимо кулинарных удовольствий в такие туры включают проживание, индивидуальное сопровождение русскоговорящим гидом, экскурсии по самым знаковым и запоминающимся местам, обед и ужин, индивидуальный транспорт. Все эти особенности влияют на продукт, увеличивая его стоимость и трудоемкость, так как гастрономический тур это

нечто большее, чем услуга, он является хорошо продуманным, упакованным комплексом мероприятий.

Разброс цен на туры по гастрономической тематике велик: от 1 000 евро до 5 000 евро на человека, для эксклюзивных предложений он может превышать указанную крайнюю стоимость. В целом, отправляясь в путешествие по популярным программам, в нашем случае в Испанию, стоит рассчитывать на сумму от 2 000 до 3 000 евро за недельный тур. Отсюда следует, что такие туры не бывают в продаже «горячими».

Продолжительность гастрономических туров варьируется от 1-2 дней до двух недель. Ещё одна особенность гастрономических туров – всесезонность. Туристы могут посещать страну в любое время года.

В различных интернет источниках представлено ядро целевой аудитории, общий костяк гастрономического туризма. Это люди, с высоким социальным статусом, искушенные, активные туристы, которые стремятся разнообразить свои путешествия, познакомиться со страной через национальную кухню [12]. Представим эту обобщенную категорию (табл. 8).

Таблица 8

Обобщенная характеристика целевой аудитории
гастрономического туризма

Сегмент целевой аудитории	Описание сегмента целевой аудитории
Истинные гурманы	Это те, чьи кулинарные предпочтения преобладают к питанию в заведениях высшего класса и высокой кухни.
Люди, чей бизнес непосредственно связан с приготовлением и употреблением пищи	Сомелье, дегустаторы, шеф-повара, рестораторы и т.д. Таким клиентам предлагают образовательные гастрономические туры, в программу которых включают различные мастер-классы от именитых шеф-поваров, тренинги, повышающие уровень профессионального мастерства.
Туристские компании	Фирмы, которые стремятся расширить свой бизнес, ищут инновационные подходы к разработке своих продуктов и услуг, планируют внедрить новые разновидности туров или усовершенствовать программы по уже существующим видам туризма.

1	2
Корпоративные клиенты	Многие компании отправляют свой персонал в такие туры с целью тимбилдинга. Гастрономические туры сплочают коллектив, обычно их совмещают с тренингами на командообразование и образовательными программами.
Семьи с детьми	Обычно туры для этой категории комбинируют с пляжным отдыхом, детским видом туризма.

Эту целевую категорию нужно разбить на более мелкие сегменты, так как сегодня есть достаточно большое количество туристов, которые желают посетить гастрономический тур в другую страну, хотят более активного отдыха, больше впечатлений, аутентичности, креативности и новизны от употребления туристской услуги. Этот сегмент потребителей следует выявить исходя из специфики и характеристик гастрономических туров. Рассмотрим отдельные группы целевой аудитории по определённым признакам гастрономического тура (табл. 9).

Таблица 9

Анализ сегментов целевой аудитории,
потребностям которых отвечает один из признаков гастрономического тура

Особенности гастрономического тура	Группы целевой аудитории, потребностям которой отвечает признак гастрономического тура
Комбинированные программы	Обычно такие туры выбирают люди высокого социального статуса, с высшим образованием, превалирующая цель отдыха – обогатить свои знания, познать особенности другой страны, её культуру, быт, национальный колорит, аутентичную кухню и другое.
Высокая цена	Клиенты, которые имеют стабильный доход (средний и выше среднего).
Всесезонность и индивидуальный подход к количеству дней в туре	В тур могут поехать работающие и корпоративные клиенты; люди, пенсионного возраста; семьи с детьми.

Анализ особенностей гастрономического туризма показал, что основная целевая аудитория гастрономических туров это люди с высшим образованием, обладающие высоким социальным статусом, работающие,

имеют стабильный доход, заработок – средний и выше. Чтобы точнее определить целевую аудиторию Свердловской области и города Екатеринбурга, более глубоко определить сегмент потенциальных покупателей гастрономических туров в Испанию, было проведено анкетирование среди 100 клиентов одного из офисов туристской сети «Банк горящих туров» (Приложение 2). Проанализируем ответы респондентов.

Для начала мы определили целевой сегмент рынка по возрастным характеристикам, на который стоит ориентироваться. Результаты представлены на рисунке 1.

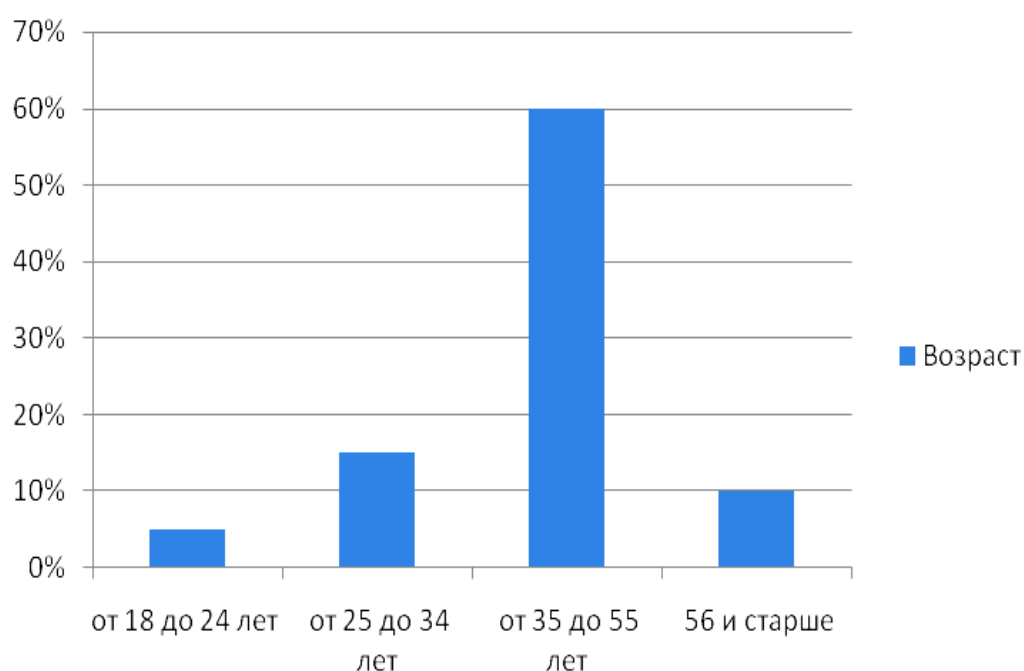


Рис.1. Возраст покупателей гастрономического тура

Отсюда следует, что большинство покупателей туров – в возрасте от 35 до 55 лет (60%), чуть меньше от 25 до 34 лет (15%), от 56 и старше – 10%, самый низкий показатель 5 % у опрошенных от 18 до 24 лет. Поэтому будем ориентироваться на целевую аудиторию по гастрономическому туру – от 35 до 55 лет.

Чтобы сформировать ценовую категорию тура, определимся с социальным положением потенциальных клиентов (рис. 2).

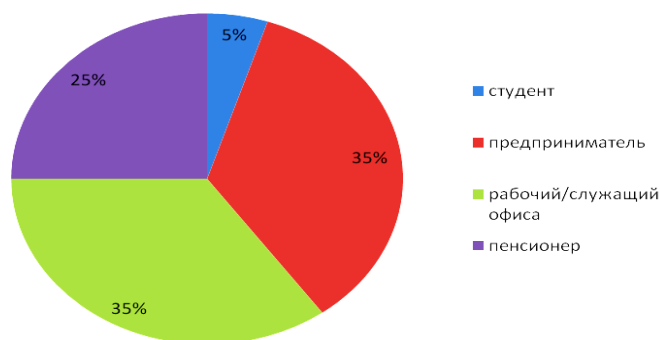


Рис. 2. Социальный статус покупателей гастрономического тура

Анализ показывает, что покупают туры в основном клиенты с высоким социальным статусом – предприниматели и служащие офиса (35%), проявили интерес к туру всего 25% пенсионеров и 5% студентов. Поэтому, при установке цены на продукт и проектировании тура, будем ориентироваться на трудоустроенного клиента, с уровнем дохода – средний и выше.

Чтобы определить обоснованность выбранного направления тура, выясним потребности туристов в выездных и внутренних поездках. Проведем анализ туристских предпочтений в России при покупке продукта. Для этого определим в процентном соотношении, долю потенциальных клиентов, которые выбирают отдых за границей, и долю потребителей, которые отдыхают в России, также выявим сегмент туристов, не выезжающих из города и тех, кто по каким либо причинам не может позволить себе покупку тура (рис. 3).



Рис. 3. Предпочтения клиентов в выборе направления путешествия

Опрос выявил, что 60 % туристов предпочитают отдыхать за границей. 30% – путешествуют по городам и курортам России, 5% – не выезжают из места своего проживания и 5% – приводят другие причины. Анализ показывает, что большинство покупателей при покупке туров, выбирают поездки за границу.

Определим частоту поездок туристов за границу. Это позволит установить временные рамки программы тура и периодичность его проведения, годовую загрузку по маршруту (рис.4).

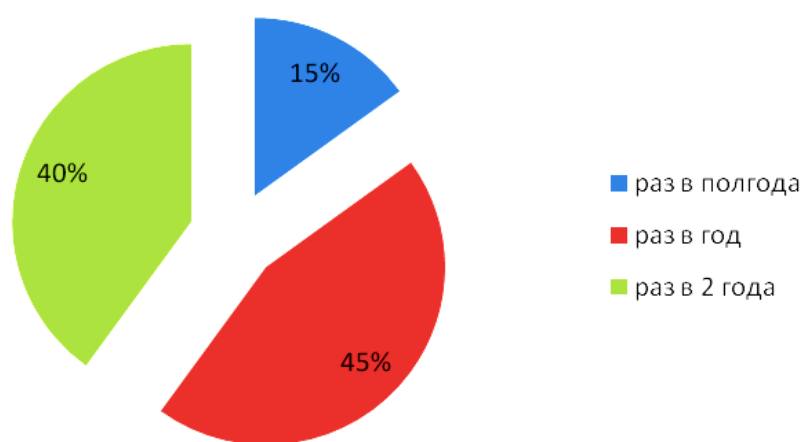


Рис. 4. Частота поездок туристов за пределы РФ

Результаты опроса показывают, что 15% туристов выезжают за границу раз в полгода, 40% – раз в год, 45% – раз в 2 года. В процентном соотношении, разница между отдыхающими один и два раза в год, составляет всего 5%. Так как гастрономический туризм не зависит от сезонов, при разработке программы будем ориентироваться на тех, кто совершает путешествия раз в год.

Выявим пожелания клиентов в туре, какому виду отдыха они отдают предпочтение (рис.5). Это позволит в дальнейшем правильно составить программу путешествия, ориентированную на потребности клиента и определить актуальность создания гастрономического тура.

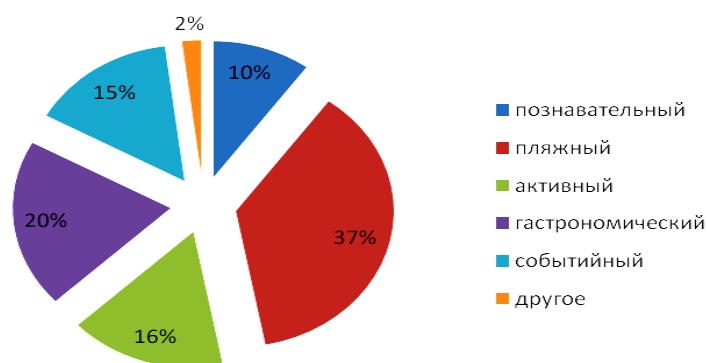


Рис. 5. Виды отдыха, которые предпочитают покупатели туров

Результаты показывают, что наименьший интерес для клиентов представляют познавательные туры, событийный и активный отдых предпочитают в среднем 15% туристов, гастрономический отдых – 20%, пляжные туры пользуются наибольшей популярностью. Гастрономические туры синтезируют в себе различные виды отдыха. При составлении программы будем ориентироваться на туристов, которые отдают пальму первенства в путешествии гастрономической составляющей. Исходя из анализа предпочтений, в дальнейшем можно определиться с количественным составом группы гастрономического тура.

Гастрономические туры достаточно новый, нераскрученный продукт на российском рынке. Многие туристы не слышали о таких путешествиях, или воспринимают туры, как поездки «просто поесть». Поэтому определимся с уровнем осведомленности клиентов по данному виду туров (рис. 6).



Рис. 6. Уровень осведомленности туристов о гастрономическом туризме

Опрос показывает, что большинство туристов осведомлены о гастрономическом туризме, всего 10% клиентов ничего не знают о данном виде путешествий, 22% потребителей были в подобных турах. Некоторые туристы отмечают, что они хотели бы поехать в гастрономическое путешествие, оно привлекает их своей новизной и возможностью узнать о культуре страны, её традициях через национальную кухню.

Чтобы составить программу тура, отвечающую всем запросам и предпочтениям потенциальных потребителей, выявим дополнительные пожелания клиентов в гастрономическом путешествии на рисунке 7.

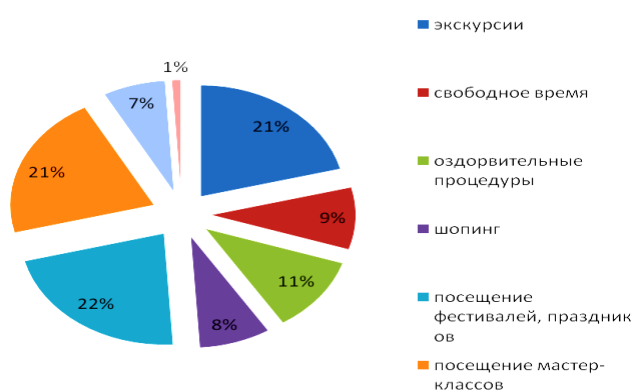


Рис. 7. Предпочтения российских туристов по программе гастрономического тура

Среди дополнительных предложений по программе отдыха лидируют экскурсии, посещение фестивалей, праздников и мастер-классов. Поэтому при проектировании тура и составлении программы путешествия будем учитывать выявленные желания туристов.

Также выясним, бывали ли опрошенные в Испании (рис. 8).

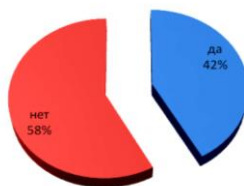


Рис 8. Распределение ответов о посещении Испании

Большинство туристов не посещало Испанию, но отметило, что Испания вызывает интерес, в частности её кухня, пляжи, архитектура. По данному направлению туристам чаще всего предлагают курортный отдых.

Также туристам был задан вопрос об осведомленности кулинарными традициями этой страны (рис. 9).

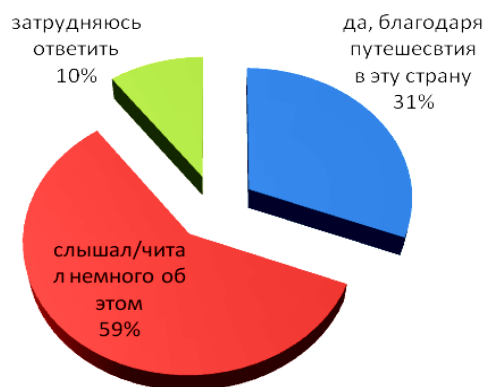


Рис. 9. Осведомленность туристов о кулинарных традициях Испании

Большинство туристов слышали и читали немного об этом, 31% знаком с испанской кухней, благодаря путешествию в страну. Большая часть потребителей отметила, что хотела бы познакомиться с испанской кухней и попробовать её «на вкус» в гастрономическом туре, а также научиться готовить испанские блюда (рис. 10).

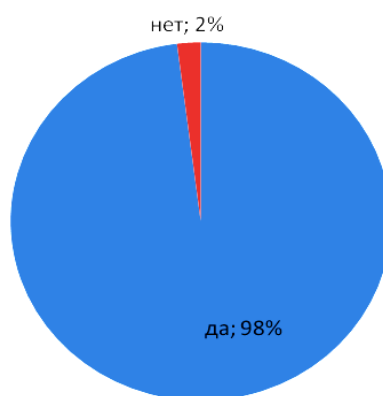


Рис. 10. Распределение ответов о желании попробовать национальную кухню Испании

Из анализа видно, что кухня и кулинарные традиции Испании составляют интерес для российских туристов.

Цены на гастрономические туры высокие, рассчитаны на клиентов с достатком выше среднего. Чтобы установить приемлемую цену на продукт, нужно выявить, какую сумму турист готов заплатить за гастрономическую поездку (рис. 11).

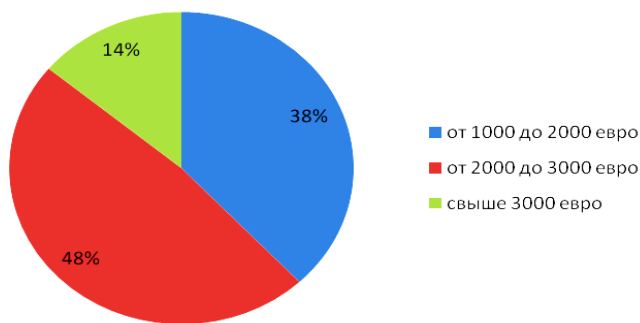


Рис. 11. Распределение туристов по уровню цен, которые они готовы потратить на тур

Из опроса видно, что большинство туристов готово потратить на гастрономический тур в Испанию от 2000 до 3000 евро. Поэтому при составлении программы стоит ориентироваться на этот ценовой отрезок с минимальной погрешностью в ту или иную сторону.

Определим предпочтения туристов гастрономической поездки в Испанию по типу проживания (рис. 12).

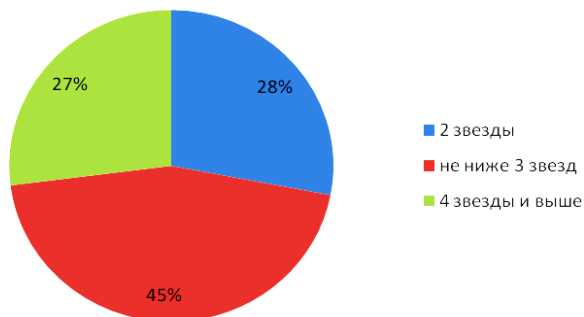


Рис. 12. Предпочтения туристов при поездке в Испанию по категории отеля

Опрос показал, что большинство туристов г. Екатеринбурга предпочитают средний вариант размещения – категорию 3 звезды.

Наконец, проведем анализ потребительских предпочтений по оптимальной продолжительности тура (рис. 13).

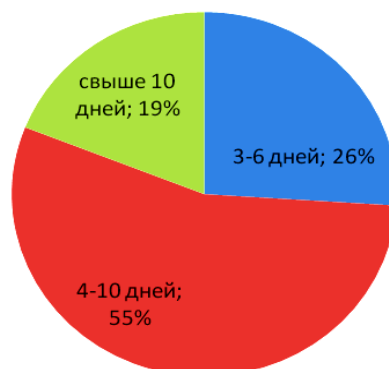


Рис. 13. Предпочтения туристов по продолжительности тура при гастрономической поездке в Испанию

Согласно данным опроса 55% туристов предпочитает поездки длительностью в 4-10 дней. При исследовании предложений конкурентов было выявлено, что гастрономические туры в Испанию чаще представлены на 6-8 дней. Исходя из этих данных, составим программу тура на 8 дней 7 ночей.

Проведенное маркетинговое исследование показало, что гастрономический туризм в России набирает популярность, наблюдается переход от массовости к индивидуальным программам. На российском рынке существует ряд туроператоров и туристских компаний, которые предлагают гастрономические туры по направлению Испания. В основном это групповые туры от 10-15 человек рассчитанные на 7 дней/6 ночей. Цены варьируются – от 70 000 до 215 000 тысяч рублей. Обычно в стоимость не включают авиаперелёт и оформление ряда документов. Среди рассмотренных предложений, есть несколько насыщенных интересных авторских туров от компаний г. Екатеринбурга, что повышает их стоимость. Остальные программы гастрономических туров в Испанию стандартные и дублируют

друг друга. Наблюдается дефицит хорошо продуманных, качественных, упакованных программ гастрономической тематики в Испанию. Так как стоимость тура высокая, он ориентирован на людей с высоким социальным статусом, стабильным доходом – средний и выше среднего. Опрос потенциальных потребителей показал, что многие туристы хотели бы совместить гастрономическое путешествие в Испанию с посещением фестивалей, мастер-классов, экскурсий и готовы потратить на всё это удовольствие от 2 000 до 3 000 евро с проживанием в отелях 3 звезды.

Гастрономический тур в Испанию с учетом прямого перелёта из г. Екатеринбурга будет дорогостоящим, поэтому прежде чем проектировать программу тура, определим сильные и слабые стороны нового турпродукта, возможности и угрозы с помощью SWOT-анализа (табл.10).

Таблица 10

SWOT-анализ гастрономического тура в Испанию

Внутренняя среда	
Сильные стороны	Слабые стороны
1. Гастрономическая составляющая увеличивает привлекательность турпродукта. 2. Разнообразие рекреационной деятельности в гастрономических турах. 3. Возможность комбинировать программу тура. 4. Всесезонность. 5. Выгодное географическое положение. 6. Развитая инфраструктура. 7. Популярное направление среди российских туристов. 8. Многогранная национальная кухня. 9. Больше количество объектов гастрономического туризма.	1. Гастрономический тур ориентирован на узкий сегмент потребителей. 2. Трудоемкость процесса создания гастрономических туров. 3. Высокая стоимость тура. 4. Недостаточно активное продвижение на российском рынке и недостаток информации о данном виде туризма.
Внешняя среда	
Возможности	Угрозы
1. Динамичный рост спроса на гастрономические путешествия. 2. Увеличение объемов реализации турпродукта. 3. Развитие новых гастрономических туров по данному направлению. 4. Популяризация гастрономических туров на российском рынке.	1. Политические и экономические риски (колебания курса, ослабление международных связей и др.). 2. Угрозы природных катаклизмов, эпидемиологических заболеваний. 3. Усиление конкуренции. 4. Изменение потребительских предпочтений.

Таким образом, согласно проведенному анализу, разработка гастрономического тура в Испанию обладает рядом сильных сторон и возможностей, которые при правильном проектировании турпродукта, его продвижении, будут способствовать развитию и популяризации туристского предложения на рынках г. Екатеринбурга и России. Анализ сильных и слабых сторон тура указывает на присутствие всех условий для проведения гастрономического тура в Испанию на 8 дней/7 ночей по стоимости от 2000 до 3000 евро с минимальным отклонением. Анализ целевой аудитории выявил то, что гастрономические туры в Испанию привлекают российских туристов своей новизной и возможностью познакомиться с национальной кухней. Маркетинговый анализ конкурентов указывает на активное развитие гастрономических предложений на российском рынке, но туров данной тематики по направлению Испания недостаточно, а интересных качественных программ ещё меньше. Вышесказанное позволяет сделать вывод об актуальности и необходимости проектирования гастрономического тура в Испанию.

2.2. Проектирование технологической документации гастрономического тура в Испанию

Тур является основным видом туристского продукта на рынке туризма. Потребитель ищет не отдельные услуги, а их сочетание в виде конкретизированного тура, которое предлагают туристские предприятия. Формированием такого набора услуг занимаются туроператоры, которые комплектуют турпродукт из следующих составляющих: проживание, питание, транспортные и программные услуги, дополнительные экскурсии, зрелищные мероприятия, медицинские услуги и др. Первым этапом работы при создании тура является его проектирование. Это достаточно сложный и трудоёмкий процесс, который требует чёткого знания всех необходимых требований, закреплённых нормативно-правовыми актами.

Для проектирования гастрономического тура в Испанию рассмотрим нормативно-правовые документы: Конституцию Российской Федерации, Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», Федеральный закон от 15.08.1996 № 114-ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию», ГОСТ Р 50690-2017 «Туристские услуги. Общие требования», ГОСТ Р 50644-2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов», ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг».

Конституция РФ закладывает основы правового регулирования: каждый может свободно выезжать за пределы РФ, гражданин РФ имеет право беспрепятственно возвращаться в РФ [1, ст.27].

Федеральный закон № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определяет принципы государственной политики, направленные на установление правовых основ единого туристского рынка в России. Он регламентирует туристские правоотношения и отношения, возникающие при реализации права граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяет порядок рационального использования туристских ресурсов РФ [2].

Основные аспекты и подходы к правовому регулированию области общественных отношений, которые затрагивают правовой порядок и правила выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию, установлены в ФЗ «О порядке выезда из РФ и въезда в РФ». В соответствии с этим Законом каждый может свободно выезжать за пределы Российской Федерации. Гражданин России имеет право беспрепятственно возвращаться в страну и не может быть лишен права на въезд в Российскую Федерацию [3].

ГОСТ Р 50690-2017 «Туристские услуги. Общие требования» устанавливает общие требования к туристским услугам, такие как безопасность для жизни и здоровья туристов, контроль за качеством

туристских услуг на различных этапах их предоставления, предоставление туроператорами и турагентами достоверной информации о реализуемом туристском продукте [4]. В выездном туризме формирование туристского продукта осуществляется на основании договоров, заключаемых туроператором с перевозчиком и принимающей стороной. Услуги туроператора в выездном туризме включают в себя услуги по организации размещения (проживания), перевозке, питания туристов, экскурсионные услуги и информационно-рекламные, услуги по организации досуга туристов и посещения различных мероприятий, услуги гидов-переводчиков, сопровождающих и т.д.

ГОСТ Р 32611-2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов» устанавливает требования по обеспечению безопасности жизни, здоровья, имущества туристов при совершении путешествий. Туроператоры, работающие в сфере выездного туризма, при формировании и реализации турпродукта, должны обеспечить четкое взаимодействие с консульскими учреждениями страны выезда туристов в чрезвычайных ситуациях, предусмотреть при заключении договоров с принимающей стороной ответственность за обеспечение безопасности жизни, здоровья и имущества российских туристов и возмещение причиненного ущерба, а также предоставление медицинской и правовой помощи, оформить необходимые страховые документы со страховым покрытием, обеспечивающим оказание туристам необходимой медицинской помощи [6].

ГОСТ Р 5068-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» – стандарт, на основе которого проектируют туристские услуги, в том числе входящие в туристский продукт. Данным стандартом установлена специальная технологическая документация [5].

Результатом проектирования туристских услуг являются следующие документы:

- карта (схема) туристского маршрута с указанием пунктов остановок, ночевки, средств размещения, предприятий питания; перечня экскурсий, продолжительности путешествия и др.;

- технологическая карта туристского путешествия;

- информационный листок к туристской путевке;

- листок с дополнительной информацией.

Создание тура требует подготовки специальной технологической документации, которая призвана полностью описать сам тур, процессы его производства и услуги, предоставляемые туристам. Проектирование гастрономического тура в Испанию обусловлено значительным потенциалом данного направления в сфере гастрономии, популярностью у российских туристов на такие туры и недостатком предложений со стороны туроператоров [7].

На основании проделанных исследований была разработана программа гастрономического тура в Испанию. Данный турпродукт может быть предложен как настоящим гурманам, профессионалам (шеф-поварам, сомелье и т.д.), так и тем туристам, кто любит вкусно поесть и составить свое представление о стране через вкусовые ощущения.

Предлагаемый тур будет базироваться в трёх провинциях Испании: La Rioja, Catalunya, страна Басков. Предложение включает отдых в четырёх городах Испании: Barcelona, Logrono, Haro, Moreda de Alava. Маршрут путешествия – комбинированный. Программа тура рассчитана на 8 дней/ 7 ночей. Число туристов в группе – 15 человек.

Программа тура включает в себя посещение гастрономических экскурсий, ресторанов, музея, участие в фестивале, мастер-классе. В туре предусмотрены объекты посещения – винодельни, маслобойни, кафе, архитектурные достопримечательности и т.д.

Преимуществом тура является интерактивное вовлечение туристов в процесс производства вина, масла, создание собственными руками кулинарных шедевров на мастер-классе, участие в празднике, дегустация

национальных блюд. Так как гастрономический туризм многогранен, были использованы ресурсы событийного, культурно-познавательного, образовательного видов туризма.

Программа тура «Микс вкусов Испании» разработана на конец июня – начало июля. Представим краткое описание экскурсий, предусмотренных программой тура.

Обзорная (пешая) экскурсия по Барселоне. Длительность – 3 часа. Туристы совершат прогулку с гидом по ул. Пасео де Грасия, познакомятся с творениями Гауди и других известных архитекторов, прогуляются по готическому, еврейскому и китайскому кварталам, по богемному Борну. Группа увидит самую старинную церковь, узнает много интересных фактов о бульваре Рамбла, посетит парк Сьютаделла, а после направиться к самому известному творению А.Гауди – Саграда Фамилия.

Один из этапов программы – посещение музея Хамона в Барселоне. Хамон – местная достопримечательность, деликатес. В музее туристам расскажут об этом изыске, посетители увидят полный процесс его производства. А в баре при музее за бокалом вина гости продегустируют лучшие сорта. После можно приобрести наиболее понравившийся сорт ветчины.

Вечерняя экскурсия по Барселоне «Кава, тапас и паэлья» займет 2,5 часа. Это погружение в ночную жизнь и нравы каталонцев. Группа посетит 2 заведения, в которых познакомиться с гастрономическими вкусами разных регионов Испании: Андалусии, страны Басков, Галисии и Каталонии. В 2 барах пройдет дегустация фирменных напитков (вино, вермут, кава, сидр), «тапас», «пинчос» – национальной закуски, а также «паэльи». Гид будет рассказывать о легендах и мифах Каталонии. Туристов научат правильно наливать сидр, пить вино из сосуда «паррон». Угощения и напитки оплачиваются дополнительно – 23-30 евро с человека.

Следующая пешая экскурсия пройдет в провинции Риоха винной столице Лонгроньо. За 2,5 часа группа совершит прогулку по историческому

центру города. Во время променада туристы увидят кафедральный собор Ла Редонда, знаменитый своей иконой работы Микеланджело, а также башню и ворота Ревейин, которые хранят интересную традицию ежегодной раздачи рыбы и вина. В экскурсию входит осмотр церквей Сан Бартоломе и Сантьяго, а также других достопримечательностей города. После группа окажется на улице «Лаурель», знаменитой «Тропе слонов». Здесь пройдёт дегустация вина под местные закуски. Во время прогулки гид расскажет о виноделии, разных сортах вина.

Утром 29 июня, в День апостолов Петра и Павла, группа примет участие в фестивале «Баталья-дель-Вино». Каждый год в этот день город Аро, один из крупнейших производителей вина в мире, принимает тысячи туристов. Традиция этого праздника возникла на фоне тысячелетнего спора между городами Аро и Миранда де Эбро за право владения Библийскими скалами. На этих скалах располагается монастырь Йусо. Туристы в 7 утра поднимутся к монастырю отслужить мессу, им выдадут белые тканевые доспехи и красные банданы, оружие заряженное вином. После мессы начнется винная битва. Поощрительная программа праздника – обед после боя у подножия скал.

Вечером после боёв по программе посещение ресторана «Restaurante Isago» в г. Лонгроньо. Туристы попробуют заранее сформированное меню, отвечающее традициям этого региона, а также вино.

На следующий день группа совершит экскурсию по долине Риохи. Начнется экскурсия с визита в маслобойню в посёлке Моред де Алава (Страна Басков). Туристы узнают о секретах приготовления оливкового масла, познакомиться со старинным способом обработки оливок, и современными методами. Группа совершит прогулку по оливковым рощам, узнает о культуре их возделывания и особенностях сбора. Камертоном экскурсии будет дегустация различных сортов оливкового масла под традиционные закуски и вино Риохи Алавесы.

После группа вновь возвращается в Барселону. Здесь туристов ждет вечерняя экскурсия «Барселонские террасы под аккомпанемент средиземноморской кухни». Туристы посетят 2 террасы в готическом квартале, с которых открывается прекрасный вид на старый город. В местном баре гости выпьют кофе, насладятся коктейлями у бассейна на крыше, познакомятся со средиземноморской кухней. Гид расскажет об истории города, быте каталонцев и особенностях характера местных жителей.

В программу тура входит посещение знаменитой горы Монсеррат и винного дома Торрес. Туристы вместе с гидом исследуют гору и территорию Бенедиктского монастыря, загадают желание у статуи Черной Мадонны, если повезёт – услышат пение капеллы мальчиков, а после отправятся в винодельню «Торрес». Здесь гостям расскажут о производстве этого напитка, покажут фильм об истории винного дома, далее группу прокатит поезд по виноградникам и погребам, с остановками на дегустацию.

Заключительный штрих программы – посещение школы гостеприимства «Hofmann», прохождение курса «Restilyng Tapas» (6 часов). Здесь гости на демонстрационных занятиях узнают о новых способах приготовления «тапас», которые адаптированы под изысканную кухню. После попробуют готовые блюда. В конце мастер-класса всем участникам будет выдан сертификат присутствия и рецепт одного из «тапасов».

На основании описанных событий и последовательности их проведения, составим технологическую карту туристского путешествия (Приложение 3) и дадим краткое описание программы гастрономического тура в Испанию на 8 дней/7 ночей:

1 день (26 июня) – Екатеринбург – Barcelona

12:35 – авиаперелет аэропорт «Кольцово» – аэропорт Барселоны (Каталония).

16:10 – прибытие в аэропорт Барселоны. Встреча в аэропорту. Трансфер в отель «Ramblas Hotel 3*». Размещение.

Свободное время.

2 день (27 июня) – Barcelona

08:00-10:00 – завтрак в отеле.

10:00-13:00 – обзорная экскурсия (пешая) по Барселоне.

13:00-14:00 – свободное время на обед.

14:00-15:00 – посещение Музея Хамона.

Свободное время.

17:00-19:30 – вечерняя экскурсия по Барселоне «Кава, тапас и паэлья».

Свободное время.

Возвращение в отель.

3 день (28 июня) – Barcelona – Logrono

08:00-09:00 – завтрак в отеле.

09:00-14:00 – переезд в г. Logrono (провинция Ла-Риоха).

14:00 – заселение в отель «Ciudad de Logrono».

15:00-16:00 – свободное время на обед.

16:00-18:30 – экскурсия «Логроньо – винная столица Риохи».

Свободное время на ужин.

Возвращение в отель.

4 день (29 июня): Logrono – Haro – Logrono

07:00-8:00 – завтрак в отеле.

8:00-9:00 – поездка в г. Haro.

9:00-13:00 – посещение фестиваля «Баталья-дель-Вино».

13:00-14:00 – обед в г. Haro.

14:00-15:00 – возвращение в г. Logrono.

15:00-18:00 – свободное время.

18:00-19:30 – ужин в ресторане «Restaurante Ikaro».

Свободное время.

Возвращение в отель.

5 день (30 июня): Logrono – Moreda de Alava – Logrono

8:00-09:00 – завтрак в отеле.

09:00-09:20 – поездка в поселок Moreda de Alava.

09:20-14:20 – экскурсия по долине Риохи, с посещением маслобойни и оливковых рощ.

14:20-14:40 – возвращение в г. Logrono.

Свободное время на ужин.

Возвращение в отель.

6 день (1 июля): Logrono – Barcelona

8:00-9:00 – завтрак в отеле.

9:00-14:00 – возвращение в г. Barcelona.

14:00-15:00 – заселение в отель «Ramblas Hotel 3*» .

15:00-16:00 – свободное время на обед.

16:00-19:00 – экскурсия «Барселонские террасы под аккомпанемент средиземноморской кухни»

Свободное время на ужин.

Возвращение в отель.

7 день (2 июля): Barcelona

8:00-9:00 – завтрак в отеле.

9:00-13:00 – посещение горы Монсеррат и винного дома Торрес.

13:00-14:00 – свободное время на обед.

14:00-19:00 – посещение школы гостеприимства «Hofmann», прохождение курса «Restilyng Tapas», дегустация «тапос».

Свободное время на ужин.

Возвращение в отель.

8 день (3 июля): Barcelona – Екатеринбург

8:00-10:00 – завтрак в отеле.

Свободное время на покупку сувениров.

14:05 – трансфер в аэропорт Барселоны.

17:05 – авиаперелет аэропорт Барселоны – аэропорт «Кольцово» (г. Екатеринбург).

21:00 – прибытие в аэропорт «Кольцово» (г. Екатеринбург).

Визовая поддержка и оформление въездных и выездных документов дополнительно оплачивается самим туристом.

Размещение туристов осуществляется следующими средствами размещения:

- отель г. Барселоны «Ramblas Hotel 3*» (Адрес: ул. Ramblas, 33, Старый город, 08002, Барселона, Испания, категория – 3 звезды, туристы живут в двухместных номерах с 1 кроватью или 2-мя отдельными кроватями или в 1-местном номере с одной кроватью);

- отель в г. Logrono «Ciudad de Logrono» (Адрес: ул. Menendez Pelayo, 7, Логроньо, номера – 1-местные и 2-местные).

Перевозки осуществляются на комфортабельном автобусе средней вместимости (20 мест) туристического класса категории бизнес марки «Mercedes-Benz», с откидными креслами, кондиционером, TV, повышенным расстоянием между креслами, багажным отделением.

Питание туристов осуществляется следующими предприятиями: завтраки в отелях в виде шведского стола по типу «ВВ», ужин в мишленовском ресторане «Restaurante Icaro» расположенном по адресу: Av. Portugal, 3, bajo, 26001 Logrono, La Rioja, Испания.

Экскурсионные услуги:

- пешая обзорная культурно-познавательная экскурсия по городу Барселона;

- посещение музея Хамона (дегустация);

- пешая вечерняя экскурсия по Барселоне «Кава, тапас и паэлья» (посещение баров с дегустацией);

- экскурсия в г. Логроньо «Логроньо – винная столица Риохи» с элементами культурно-познавательного туризма (пешая прогулка по городу, дегустация вина в кафе);

- автомобильная гастрономическая экскурсия в поселок Moreda de Alava по долине Риохи с посещением маслобойни и оливковых рощ, дегустация;

- гастрономическая экскурсия «Барселонские террасы под аккомпанемент средиземноморской кухни» с элементами культурно-познавательного туризма (посещение террас, дегустация средиземноморской кухни на одной из террас);
- экскурсия на гору Монсеррат и посещение винного дома «Торрес» с дегустацией вина;
- мастер-класс в школе гостеприимства «Hofmann» по изготовлению «тапас».

Услуги по организации досуга туристов и другие дополнительные услуги: посещение фестиваля «Баталья-дель-Вино» в г. Аро провинции Ла-Риоха, после фестиваля обед у подножия скал, где проходит фестиваль.

Краткое описание путешествия повторяется в информационном листке к туристской путевке (Приложение 4).

По программе всего путешествия группу сопровождает гид.

В стоимость тура включено: авиаперелёт Екатеринбург – Барселона – Екатеринбург, размещение в отеле Барселоны «Ramblas Hotel 3*», размещение в отеле г. Logrono «Ciudad de Logrono», завтраки в отелях, все экскурсии, мастер-класс в школе гостеприимства «Hofmann», ужин в ресторане «Restaurante Icaro» г. Logrono, работа гида, трансфер, индивидуальный транспорт, медицинская страховка.

Таким образом, на основе анализа нормативно-правовой документации выявлено, что создание тура требует чёткого знания и выполнения всех требований, закрепленных нормативно-правовыми актами. При проектировании гастрономического тура в Испанию была разработана специальная технологическая документация, которая полностью описывает тур, процессы его производства и услуги: технологическая карта туристского путешествия (приложение 3), содержание и график движения по маршруту, информационный листок к туристской путевке, карта маршрута, фотоматериалы гастрономического тура по стране, а также краткое описание программы гастрономического тура по Испании, в которой были

использованы ресурсы событийного, культурно-познавательного потенциала страны.

2.3. Экономическое обоснование и основные направления по продвижению гастрономического тура в Испанию

Важным этапом при разработке нового турпродукта является его экономическое обоснование. Воспользуемся методом ценообразования, ориентированным на затраты. Сначала рассчитаем полную себестоимость тура и заложим в цену пакета процент прибыли, который колеблется от 12% до 30%. Этот процент закладывают на покрытие других затрат, отчисления на заработную плату, в фонды, чистую прибыль. Для расчёта прямых затрат возьмем период 8 дней/7 ночей, проживание в отелях 3 звезды, трансфер, переезды на комфортабельном автобусе, экскурсии и билеты по программе, авиабилеты, питание в отеле (завтраки), один ужин в ресторане, 1 мастер-класс. Расчёт прямых затрат тура на группу 15 человек, и на одного человека по курсу 1 евро = 69,00 рублей на 22.01.2020г., переведенный в рубли, представлен в таблице 11.

Таблица 11

Прямые затраты на гастрономический тур в Испанию (на 15 человек)

№ п/п	Пункт туристской программы	Стоимостное выражение (руб.)	
		На группу из 15 чел.	На 1 чел.
День 1. 26.06.2020г.			
1.	Авиаперелет Екатеринбург-Барселона-Екатеринбург	555 000	37 000
2.	Трансфер в отель	8970	598
3.	Ночь в отеле «Ramblas Hotel 3*»	113 400	7560
День 2. 27.06.2020 г.			
1.	Обзорная экскурсия (пешая) по Барселоне	32 250	2150
2.	Посещение Музея Хамона	19 665	1311
3.	Вечерняя экскурсия по Барселоне «Кава, тапас и паэлья»	16 560	1104
4.	Ночь в отеле «Ramblas Hotel 3*»	113 400	7560

1	2	3	4
День 3. 28.06.2020 г.			
1.	Переезд в г. Логроньо	47 250	3150
2.	Экскурсия «Логроньо – винная столица Риохи»	20 700	1380
3.	Ночь в отеле «Ciudad de Logrono»	89 700	5980
День 4. 29.06.2020 г.			
1.	Переезд в г. Аро и обратно	18630	1242
2.	Посещение ресторана «Restaurante Icaro»	12000	800
3.	Ночь в отеле «Ciudad de Logrono»	89 700	5980
День 5. 30.06.2020 г.			
1.	Переезд в Moreda de Alava и обратно	5 550	370
2.	Автомобильная экскурсия по долине Риохи, с посещением маслобойни и оливковых рощ	72 075	4805
3.	Ночь в отеле «Ciudad de Logrono»	89 700	5980
День 6. 01.07.2020 г.			
1.	Переезд в г. Барселона	47 250	3150
2.	Экскурсия «Барселонские террасы под аккомпанемент средиземноморской кухни»	80 730	5382
3.	Ночь в отеле «Ramblas Hotel 3*»	113 400	7560
День 7. 02.07.2020 г.			
1.	Посещение горы Монтсеррат и винного дома Торрес	92 475	6165
2.	Посещение школы гостеприимства «Hofmann», прохождение курса «Restilyng Tapas»	144 900	9660
3.	Ночь в отеле «Ramblas Hotel 3*»	113 400	7560
День 8. 03.07.2020 г.			
1.	Трансфер в аэропорт	8970	598
Итого:		1 905 675	127 045

В стоимость входит медицинская страховка – 120 евро (из расчета 15 евро – 1 день, 8280 руб). Отсюда следует, что прямые затраты на производство тура составляют 1 229 евро (135 325 руб.) на одного человека.

Дополнительно оплачивается пакет следующих документов: страховка от невыезда – 3% от выручки (87 евро – 5 993 руб. с человека) и виза (75 евро – 5 175 руб. с человека).

Используем метод «средние издержки плюс прибыль» для расчета цены тура. Сгруппируем все издержки по статьям калькуляции для определения себестоимости производства и реализации единицы продукции. К постоянным затратам относят заработную плату персонала с

отчислениями, расходы на рекламу, абонентскую связь, амортизацию основных фондов, расходы на аренду и другое. Сумму постоянных затрат заложим в процент прибыли.

Сегодня конкуренция в туризме за клиентов очень жестока. Чтобы держаться на плаву, нужно быть на волне трендов, создавать новые продукты, отвечающие современным запросам туристов и продвигать услуги под потребителя из поколения минелиалов через популярные площадки в интернете, применять меньше слов, больше визуализированной рекламы (фотографий, YouTube и другое), постоянное обновление веб-сайтов. Поэтому продвижение тура будет проходить на следующих рекламных площадках: веб-сайте туроператора или турфирмы, в социальных сетях «Инстаграмм» (у фуд-блогеров, на страничке туроператора с наибольшим количеством подписчиков), «Вконтакте», создание красочных буклетов и их распространение в офисах туристских агентств. Публикация одной рекламной статьи раз-два в неделю недостаточна, чем чаще аудитория будет видеть рекламу, тем лучше эффект её воздействия на потребителя. Для расчёта стоимости тура составим смету расходов на рекламу.

Затраты на транспортные, экскурсионные услуги, медицинское страхование, проживание, питание в нашем случае являются переменными.

Приведем экономический расчет расходов, прибыли, себестоимости продукции по годовому плану обслуживания (табл. 12).

Таблица 12

Калькуляция расходов по гастрономическому туру в Испанию (15 человек)

Наименование калькуляционных статей	Сумма затрат в расчете на один тур (руб.)
Переменные затраты:	
Размещение (с питанием)	48 180
Транспортные услуги	46 108
Экскурсионные услуги	32 757
Услуги страхования (120 евро человек)	8 280
Итого переменные затраты	135 325
Постоянные затраты	20 299
Производственная себестоимость (переменные +	

1	2
постоянные затраты)	155 624
Затраты на реализацию (10 % от производственной себестоимости)	15 562
Полная себестоимость	171 186

Себестоимость гастрономического тура по Испании составляет 171 186 рублей за один тур. Стоимость гастрономического тура «Микс испанских вкусов» рассчитана в таблице 13.

Таблица 13

Расчёт стоимости гастрономического тура в Испанию

Наименование калькуляционных статей	Показатели в стоимостном выражении
Полная себестоимость тура	171 186
Нормативная прибыль (15%)	25678
Полная себестоимость с учётом нормативной прибыли	196 864
Налог 7% (доход минус расход)	2 887
Стоимость одного тура (стоимость с налогом)	199 751

Рассчитаем точку безубыточности продаж гастрономического тура в Испанию, чтобы выяснить, на сколько быстро окупится тур и с какого объёма продаж компания получит прибыль (табл. 14) по следующей формуле: $B = ПЗ / (1 - Зп / Р)$, где Б - объем продаж, соответствующий точке безубыточности (Б), ПЗ - постоянные затраты, Зп - переменные затраты, Р - объем продаж в стоимостном выражении.

Таблица 14

Расчёт безубыточного объёма продаж гастрономического тура в Испанию

Показатель	Сумма
Постоянные затраты на 15 чел.	304 485
Переменные затраты на 15 чел.	2 029 875
Цена тура на 15 чел.	2 996 265
Уровень маржинального дохода (маржа)	0,3225315518
Доля переменных затрат в выручке	0,6774684482
Безубыточный объем продаж	944 047

Рентабельность продаж важнейший показатель эффективности компании. Это отношение прибыли к выручке, умноженное на 100%. Рассчитаем рентабельность оборота = прибыль / выручка*100% = (304 485 / 2996265) * 100% = 10 %.

Расчет точки безубыточности: $B = 304\,485 / (1 - 2\,029\,875 / 2\,996\,265) = 304\,485 / (1 - 0,6774684482) = 304\,485 / 0,3225315518 = 944\,047$ руб. Количество реализуемой продукции в точке безубыточности равно отношению объема продаж в точке безубыточности к сумме затрат на один тур: $944\,047 / 199\,751 = 4,73 = 5$ единиц. Отсюда следует, что выручка от продажи 5 туров окупает все затраты, не образуя прибыли. Реализация каждого дополнительного тура сверх точки безубыточности принесёт прибыль.

Таким образом, нами был произведен расчет цены тура в Испанию на 8 дней/7 ночей (199 751 руб.). В стоимость тура входят экскурсии по программе и мастер-класс, авиаперелет, трансфер, перевозки на комфортабельном автобусе, проживание с завтраками, ужин в ресторане, медицинская страховка, услуги гида.

Продвижение тура будет проходить на современных интернет-площадках: веб-сайте, социальных сетях «Инстаграмм» (например, реклама у фут-блогеров), «Вконтакте», ролики на YouTube канале, а также раздаточный материал – красочные фото-буклеты в офисах туристских фирм. При указанной стоимости тура для прохождения точки безубыточности нужно продавать более 5 туров.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование показало, что в мире наблюдается диверсификация туристской отрасли, в фокусе внимания туристских субъектов – предложения «нового опыта», оригинальные форматы продукта. Гастрономический туризм, как инновационное направление, быстрыми темпами набирает популярность в нашей стране. Он обладает потенциалом, способным увеличить привлекательность туристского продукта, удовлетворить растущий спрос потребителя на такие туры. Поэтому сегодня российские компании расширяют и создают новые предложения по данному виду туризма.

Анализ работ: В.В. Девятериковой, У.Л. Драчёвой, В.Д. Иванова, Д.А. Савина, Е.Г. Теличевой, А.В. Урядовой, Т.Т. Христова позволяет сделать вывод, что гастрономический туризм – это перемещение человека из места привычного обитания в другое, с целью насладиться вкусами местности, получить опыт и гастрономическое удовольствие, приобщиться к культуре, через ознакомление с национальной кухней страны, особенностями производства и приготовления продуктов, блюд, напитков, а также обучения, получения профессиональных знаний, посещения мероприятий посвящённых кулинарии. В ходе изучения теоретических основ было выявлено, что при разработке гастрономических туров нужно учитывать особенности и специфику этого вида туризма, такие как всесезонность и одновременно зависимость некоторых этапов программы от мероприятий, достаточно высокую цену, небольшую продолжительность, его трудоёмкость и другое.

Исследование трудов: И.В. Зорина, А.И. Зорина выявило, что по своей рекреационной деятельности гастрономические туры достаточно насыщены, многогранны и интересны, это в свою очередь, делает их привлекательными для потребителя, но и требует четкого формирования сюжетной базы туристской программы при проектировании таких туров.

Опираясь на работы: В.Л. Верникова, И. Лазерсон, С. Синельникова, Т. Соломоник мы пришли к заключению, что Испания, как выбранное направление, в полной мере отвечает гастрономической тематике турпродукта. Потенциал страны, для создания таких туров, обширен – начиная с географического расположения, климата, развитой инфраструктуры и заканчивая гастрономическими объектами, разнообразными кулинарными изысками национальной кухни. Этот факт отвечает запросам туристов, для которых первостепенным мотивом поездки является её кулинарная составляющая. Отсюда следует вывод об актуальности и востребованности проектирования гастрономического тура в Испанию, так как её территория обладает всеми условиями для создания гастрономических туров.

В ходе проведения маркетингового исследования выяснилось, что на российском рынке существует ряд туроператоров и туристских компаний, которые активно продвигают гастрономические туры в Испанию. Но туров данной тематики по выбранному направлению недостаточно, а интересных качественных программ ещё меньше. В основном программы гастрономических туров шаблонные, дублируют друг друга. В свою очередь, анализ целевой аудитории выявил спрос на гастрономические туры в Испанию у российских туристов, туры привлекают потребителей своей новизной и возможностью познакомиться с национальной кухней. Анализ сильных и слабых сторон гастрономического тура в Испанию указал на присутствие всех условий для его проведения на 8 дней/7 ночей по стоимости от 2000 до 3000 евро с минимальным отклонением.

При проектировании гастрономического тура использовалась нормативно-правовая база: Конституция РФ, Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и национальные стандарты РФ (ГОСТ). Была создана технологическая документация тура – технологическая карта путешествия, информационный листок к путевке туристского путешествия, маршрут (карта-схема).

В соответствии с одной из задач выпускной квалификационной работы, была рассчитана стоимость гастрономического тура в Испанию на 8 дней/7 ночей, которая составляет 199 751 рублей. При указанной стоимости тура для прохождения точки безубыточности и получения прибыли нужно продать более 5 туров. Были предложены варианты продвижения тура: веб-сайт, социальные сети «Инстаграмм» (реклама у фут-блогеров), «Вконтакте», ролики на YouTube канале, а также раздаточный материал – красочные фото-буклеты в офисах туристских фирм.

Таким образом, задачи выпускной квалификационной работы на тему «Проектирование гастрономического тура в Испанию» решены, цель исследования достигнута. Спроектированный гастрономический тур в Испанию отвечает всем запросам туристов, а составленная программа тура позволяет прочувствовать на вкус весь многообразный микс испанской кухни.

В ходе работы проанализировано: 18 литературных и 23 интернет-источников. В работе представлено 14 таблиц, 7 приложений.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция (Основной Закон) Российской Федерации [Текст]: [Принята в 1993 общественным голосованием] // Российская газета. – 1993. – № 248.
2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Текст]: федер. закон: принят Гос. Думой 24 нояб. 1996 г. № 132-ФЗ [измен. 03 мая 2012 г. № 47-ФЗ].
3. О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию [Текст]: федер. закон: от 15.08.1996 г. № 114-ФЗ [ред. От 16.12.2019].
4. ГОСТ Р 50690-2017. Туристские услуги. Общие требования: Госстандарт РФ / [Текст]. – Офиц. Изд. – М.: ИПК Изд-во стандартов 2001. – 11 с.
5. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг [Текст]. – введ. 01.07.2011 г. № 580 – ст. – М.: Госстандарт РФ: Изд-во стандартов, 2011. – 13 с.
6. ГОСТ Р 32611-2014. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов [Текст]. – введ. 01.01.2016 г. № 228 ст. – М.: Стандартиформ, 2014. – 12 с.
7. Грачева, О. Ю. Организация туристского бизнеса: технология создания турпродукта [Текст] / О. Ю. Грачева, Ю. А. Маркова, Л. А. Мишина, Ю. В. Мишунина. – М.: Дашков и К, 2010. – 273 с.
8. Гордин, В. Э. Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение. Коллективная монография [Текст] / В. Э. Гордин, Ю.Г. Трабская. – СПб.: Изд-во Левша, 2014. – 208 с.
9. Драчёва, Е. Л. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы [Текст] / Е. Л. Драчёва, Т. Т. Христов // Рос. регионы: взгляд в будущее. – М: № 3 (4), 2015 – с. 36-50.
10. Зорин, И. В. Профессиональное образование и карьера в туризме [Текст]

- / И. В. Зорин, А. И. Зорин // Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2005. – 528 с.
11. Зорин, И. В. Туризм как вид деятельности [Текст] / И. В. Зорин, Т. П. Каверина, В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 288 с.
 12. Зеленская, Е. М. Гастрономический компонент в индустрии туризма [Текст] / Е. М. Зеленская // Вестник Север. федер. ун-та. Серия: «Гуманитар. и социал. науки» – СПб: 2015. – № 3. – с. 110-117.
 13. Иванов, В. Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туристической индустрии [Текст] / В. Д. Иванов // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – Чел.: ФГБОУ ВО «ЧелГУ», 2018. – т. 3. – № 2. – с. 105-113.
 14. Синельников, С. М. Испания: кулинарный путеводитель [Текст] / С. М. Синельников, Т. Г. Соломоник, И. И. Лазерсон. – М.: Центрполиграф; СПб: МиМ-Дельта, 2002. – 428 с.
 15. Суслова, И. А. Состояние и тенденции формирования элементов гастрономического туризма в России [Текст] / И. А. Суслова, Т. Н. Лустина, А. Г. Панова // Журнал «Сервис Plus», 2018. – т.12. – №3. – с. 13-25.
 16. Урядова, А. В. Специальные виды туризма [Текст] / А. В. Урядова, Д. А. Савин. Яросл. Гос. Ун-т им. П. Г. Демидова. – Ярославль: ЯрГУ им. П. Г. Демидова, 2013. – 128 с.
 17. Хорева, Л. В. Гастрономический брендинг как инновационная технология продвижения туристской дестинации [Текст]/ Л. В. Хрева, Ю. Г. Трабская, Е. М. Зеленская // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2015. – № 6 (96). – с. 50-60.
 18. Испания: Практический путеводитель [Текст]: справочное издание. – Минск: Харвест, 2006. – 464 с.
 19. Ассоциация гастрономического туризма России – сайт [Электронный

- ресурс]. – Режим доступа: <http://xn--80ag3bh.xn--plai/kontakty/> – Загл. с экрана.
20. Travel Hunter – ведущий эксперт по гастрономическому туризму – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://thunter.ru/novosti/vsyo-cto-vi-hoteli-znat-o-gastroturizme-no-boyalas-sprosit/> – Загл. с экрана.
 21. Инфопедия – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infopedia.su/7x454b.html> – Загл. с экрана.
 22. Catalunya.ru – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalunya.ru> – Загл. с экрана.
 23. Turistics.com – журнал о странах и путешествиях – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://turistics.com/europe/spain/turistskaya-infrastruktura-ispanii/> – Загл. с экрана.
 24. Unian – информационное агентство – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unian.net/tourism/wheretogo/10467348-uzhin-v-peshchere-ili-stolik-pod-vodoy-gid-po-samym-neobychnym-restoranam-ispanii.html> – Загл. с экрана.
 25. Blog.Ostrovok.ru – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.ostrovok.ru/top-10-gastronomicheskix-festivalej-ispanii/> – Загл. с экрана.
 26. Best-top10.ru – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://best-top10.ru/top-10-stran-dlya-gastronomicheskix-turov.html> – Загл. с экрана.
 27. Glonass Travel – виды туризма и путешествий – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://glonasstravel.com/destination/strany-i-goroda/ispaniya/> – Загл. с экрана.
 28. Inmyroom food – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://food.inmyroom.ru/posts/25491-gastronomicheskiy-turizm-7-luchshikh-marshrutov> – Загл. с экрана.
 29. Повариха – кулинарный портал – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://povarixa.ru/stati/sovet/gastronomicheskii-turizm.html> – Загл.

с экрана.

30. Studwood.ru – технология разработки гастрономического тура – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studwood.ru/1128634/turizm/tehnologiya_razrabotki_gastronomicheskogo_tura – Загл. с экрана.
31. Bigpicture.ru – 40 лучших ресторанов мира – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bigpicture.ru> – Загл. с экрана.
32. Studbooks.net – Теоретические основы гастрономического туризма – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studbooks.net/682824/turizm/teoreticheskie_osnovy_gastronomicheskogo_turizma – Загл. с экрана.
33. Инфопедия для углубления знаний – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infopedia.su/7x454c.html> – Загл. с экрана.
34. Helpiks.org – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://helpiks.org/7-36836.html> – Загл. с экрана.
35. Туроператор Tez Tour – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.teztour.com>. – Загл. с экрана.
36. Туроператор Coral Travel – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.coral.ru>. – Загл. с экрана.
37. Туроператор Natalie Tours – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.natalie-tours.ru>. – Загл. с экрана.
38. Ассоциация Туроператоров России – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/49247.html> – Загл. с экрана.
39. Информационный портал и центр услуг в Испании – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://espanarusa.com/ru/pedia/article/583250> – Загл. с экрана.
40. Blog.Ostrovok.ru – гастрономические фестивали Испании – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.ostrovok.ru/top-10->

gastronomiceskix-festivalej-ispanii/ – Загл. с экрана.

41. Всемирная организация пищевых путешествий – сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://worldfoodtravel.org/> – Загл. с экрана.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Характеристика гастрономических туров по Испании от турфирм г. Екатеринбурга и российских компаний

№ п/п	Название тура и турфирма	Продолжительность	Краткое описание программы	Проживание, питание	Цена тура
1.	Московский туроператор «Travel Hunter». Название тура: «Мозаика солнца – гастрономическая Барселона».	4 дня/3 ночи	Посещение различных объектов гастрономии города Барселоны (посещение тапас-бара, музея Хамона, виноделен «Cavas Codorniu», «Torres», винных погребов, рынка Бокерия).	В отеле Барселоны 3–4 звезды	Цена за тур: от 71 760 руб. В стоимость входит: трансфер, размещение, экскурсии, питание согласно программе, индивидуальный транспорт, гид. Дополнительно оплачивается: авиаперелёт, виза, консульский сбор, страховой полис, любые пункты, не входящие в программу.
2.	Туроператор «Coral Travel». Тур «Каталония на вкус».	8 дней/7 ночей	Включает обзорную экскурсию по Барселоне, дегустацию «тапас», национальных напитков во время прогулки по Готическому кварталу и улице Рамблас, экскурсию в Рупит, приморский город Ситчес с посещением погребов, дегустационный ужин в культурно-гастрономическом пространстве «Опера Самфаина».	В отеле Барселоны 3–4 звезды	Цена тура – 126 116,62 рубля. В стоимость включено: перелёт charterным рейсом, проживание, завтраки и один ужин. Дополнительно оплачиваются: виза, страховка от невыезда, топливный сбор, медицинская страховка.
3.	Туроператор Coral Travel. Экскурсионный тур «Барселона - Гурмэ Уикенд».	5 дней/4 ночи	Программа тура представлена в сокращенном варианте и дублирует этапы представленного выше предложения «Каталония на вкус».	В отеле 3–4 звезды	Цена от 103362 рублей. В стоимость включено: перелёт charterным рейсом, проживание, завтраки и один ужин. Дополнительно

1	2	3	4	5	6
					оплачиваются: виза, страховка от невыезда, топливный сбор, медицинская страховка.
4.	Туроператор «Тез-Тур» Тур «Барселона – экспериментальный тур» для корпоративных клиентов.	4 дня/3 ночи	Включает в себя: ужин в ресторане «Вам Can Travi Nou», прогулку по Барселоне на сегвеях с остановкой в кафе средиземноморской кухни, ужин в видовом ресторане «La Viblia», прогулку на лошадях по оливковой роще у горы Монтсеррат, дегустацию оливково масла, тапас-тур по кафе столицы Каталонии, ужин и шоу Фламенко в «Palacio del Flamenco».	В отеле 4 звезды	Цена не указана.
5.	Туроператор «Европорт». Тур «Каталония на вкус».	7 дней/6 ночей	Включает вкусные прогулки по Барселоне, экскурсии в Рупит и Ситчес с посещением погребов каталонского шампанского «Cava», дегустационный ужин в ресторане «Асадор де Аранда».	Проживание в отелях 3-4 звезды.	Цена: от 137 665 руб. В стоимость включено: проживание, питание, 7 завтраков, 1 ужин, 3 дегустации, экскурсии с русским гидом по программе, групповые трансферы, авиаперелёт, виза и страховка.
6.	Туроператор «Европорт». Тур «Барселона – гурмэ-уикенд».	4 дня/3 ночи	Представляет собой сокращенную программу тура «Каталония на вкус».	Проживание в отелях 3-4 звезды.	Цена от 103362 рублей. Включает в стоимость: 3 завтрака, 1 обед или ужин в ресторане, дегустации и экскурсии с русским гидом по программе, авиаперелет, трансфер, виза, проживание.

1	2	3	4	5	6
7.	Туроператор «Европорт». Винно-гастрономический тур по Риохе и Рибера Дель Дуэро.	7 дней/6 ночей	Предлагает гостям обзорную экскурсию по Барселоне, поездку в Риоху с дегустацией закусок и риоханских вин, экскурсии, посещение бодег «Исиос» и «Маркиз де Рискаль», дегустация вин в Рибера Дель Дуэро, программа тура составлена с элементами культурно-познавательного туризма.	Проживание в отелях 3-4 звезды.	Цена: от 137 665 руб. Включает в стоимость: 3 завтрака, 1 обед или ужин в ресторане, дегустации и экскурсии с русским гидом по программе, авиаперелет, трансфер, виза, проживание.
8.	Сеть туристических агентств «1001 тур». Тур «Музыкальный weekend в Мадриде».	4 дня/3 ночи	Программа состоит из пешеходной прогулки по старому Мадриду с рассказами об истории, культуре и гастрономии Мадрида, посещения шоу-фламенко с напитками и музыкального ужина-спектакля «Под звуки Оперы».	Проживание в отелях 3-4 звезды.	Цена: 32 213 рублей (цена варьируется в зависимости от звездности отеля). В стоимость включено: проживание, питание, экскурсии с гидом, входные билеты, трансфер. Авиаперелёт, виза, консульский сбор, медицинская страховка оплачиваются дополнительно.
9.	Сеть туристических агентств «1001 тур». Авторский тур «Наследие баскских традиций».	8 дней/7 ночей	Начало путешествия во Франции, с переездом в Испанию. Программа включает: посещение г. Бордо и винотеки региона, г. Сент-Эмильон и французского шато-винодельческого хозяйства, г. Аркашона и устричной фермы, г. Сан-Себастьян в Испании и пинчос-баров с дегустацией различных закусок, региона Риоха с винными погребами и бodegaми, г. Витория-Гастейс с кондитерскими Goia, г. Бильбао с пинчос-барами и историческим	Проживание в отелях 4 звезды в Борд, в Сан-Себастьяне	Цена за тур - 59079 рублей. В стоимость входит: проживание, завтраки, транспорт на все трансферы и экскурсии, сопровождение гида, экскурсии, пикник на свежем воздухе в регионе Риоха. Дополнительно оплачивается авиаперелёт, оформление документов, посещение баров,

1	2	3	4	5	6
			кафе «Ирунья». После туристы вновь отправляются во Францию и посещают ещё один винодельческий регион.		ресторанов, обеды и ужины.
10.	Туристическая компания «Коллекция путешествий DSBW». Авторский тур «Испания/Страна Басков – Кантабрия».	9 дней/8 ночей	Программа предложения включает некоторые объекты гастрономического туризма: дегустация красных вин Риоха в местной бodega деревушки Лагуардия, в г. Сан-Себастьян прогулка по местным барам и ресторанам, посещение бodega в г. Герника, дегустация Txakoli - мягкого белого вина, в г. Сантандера посещение знаменитого рыбного рынка «Mercado de la Esperanza».	Отели 3-4 звезды	Цена тура – 94 875 евро. В стоимость входит: проживание, завтраки, экскурсии, сопровождение гидом, трансферы, комфортабельный автобус по маршруту, страховка. Компания предлагает ещё ряд авторских программ по Испании.
11.	Туроператор «BSI GROUP». Авторский тур «Вкус и аромат Галисии».	8 дней/7 ночей	Приглашает гостей в рыбацкий поселок побережья Галисии, побывать на утреннем рынке, поучаствовать в сборе моллюсков, отведать блюда, приготовленные из собранного улова, продегустировать несколько видов морских деликатесов в традиционных заведениях, в посёлке Комбарро туристы побывают в horreos – амбарах, используемых для хранилища зерна, далее группа отправится в винодельческий регион Рибера Сакра, совершит визит на уникальную галисийскую сыродельню.	Проживание на аутентичной баскской вилле повышенной комфортности	Стоимость тура – 216 999 рублей. В стоимость входит: групповой трансфер, проживание, завтраки и ужины на вилле, 1 обед на винодельне Рибера Сакра, экскурсии, автобус, сопровождение гида.
12.	Туристическая компания «Ява-Тур» (4 тура – рассмотрим 1 из них). Тур «Вкус и аромат	8 дней/7 ночей	Визит на экологическую ферму, посещение сыродельни, бродильни, экологического сада, обед из традиционных блюд кастильской кухни,	Проживание в аутентичном кастильском замке	Цена – от 166483 рублей. В стоимость включено: проживание, завтраки и ужины, три обеда, две

1	2	3	4	5	6
	Кастилии. Правила виноделов».		поездка в Национальный парк в верховьях реки Дуэро, дегустация португальских вин «Порто» на борту катера, знакомство с винным краем Рибера дель Дуэро, путешествие по винодельческому хозяйству и старейшим погребам, знакомство с испанским хамоном на ферме и секретами выдержки разных сортов мясного деликатеса, обедом в горном районе Кастилии в таверне.		винные дегустации, дегустация хамона, групповые трансферы, транспорт и экскурсии, комфортабельный автобус, сопровождение русскоязычного гида на всем маршруте тура, все заявленные по программе экскурсии, входные билеты на туристические объекты по программе.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Анкета для выявления спроса на гастрономический тур в Испанию

Добрый день!

Уважаемые респонденты, приглашаем Вас принять участие в опросе, нацеленном на изучение спроса жителей Свердловской области на гастрономический тур в Испанию. Все данные анкеты будут использованы в практических целях, в обобщенном виде. Прочитайте вопрос и варианты ответа. Отметьте вариант ответа, наиболее соответствующий Вашему мнению.

1. Ваш возраст?
 - а) от 18 до 24 лет;
 - б) от 25 до 34 лет;
 - в) от 35 до 55 лет;
 - г) 56 и старше.
2. Вы являетесь:
 - а) студентом;
 - б) предпринимателем;
 - в) рабочим/служащим офиса;
 - г) пенсионером.
3. Куда обычно Вы ездите с туристскими целями?
 - а) в другие страны;
 - б) в другие города России;
 - в) не выезжаю из города, в котором проживаю;
 - д) другое _____.
4. Как часто Вы выезжаете за пределы Российской Федерации?
 - а) раз в полгода;
 - б) раз в год;
 - в) раз в 2 года.
5. Какому виду отдыха отдаете предпочтение?
 - а) познавательный;
 - б) пляжный;
 - в) активный (спорт);
 - г) гастрономический;
 - д) событийный;
 - е) другое _____.
6. Знакомо ли Вам понятие гастрономический туризм?
 - а) да, я был(а) в подобном путешествии;
 - б) немного, читал(а)/слышал(а) от знакомых;
 - в) впервые слышу.
7. Укажите, чем бы Вы дополнили свой отдых, отправляясь в гастрономическое путешествие:
 - а) экскурсии;
 - б) свободное время;
 - в) оздоровительные процедуры;

- г) шопинг;
- д) посещение фестивалей;
- е) посещение мастер-классов;
- ё) спортивные мероприятия;
- ж) другое_____.

8. Бывали ли вы в Испании?

- а) да;
- б) нет.

9. Знаете ли Вы что-нибудь о кулинарных традициях Испании?

- а) да, благодаря путешествию в эту страну;
- б) слышал/читал немного об этом;
- в) затрудняюсь ответить.

10. Будет ли Вам интересно попробовать национальную испанскую кухню и научиться готовить блюда этой страны?

- а) да;
- б) нет.

11. Укажите, какую сумму Вы готовы потратить на гастрономический тур в Испанию с экскурсионной программой?

- а) от 1000 до 2000 евро;
- б) от 2000 до 3000 евро;
- в) свыше 3000 евро.

12. Важна ли для Вас категория средств размещения?

- а) 2 звезды;
- б) ниже 3 звезд не желательно;
- в) 4 звезды и выше.

13. Какая для Вас оптимальная продолжительность гастрономического тура?

- а) 3-6 дней;
- б) 4-10 дней;
- в) свыше 10 дней.

Благодарим за участие в опросе!

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

**Технологическая карта
туристского путешествия по маршруту
«Гастрономический тур в Испанию»
Екатеринбург – Barcelona – Logrono – Haro – Logrono – Moreda de Alava – Logrono –
Barcelona – Екатеринбург**

1. Основные показатели маршрута

Вид маршрута: комбинированный-кольцевой

Протяженность маршрута (км): 9 980,4

Продолжительность путешествия (сут.): 8 дней/7 ночей

Число туристских групп в (год): 1

Число туристов в группе (ориентировочно): 15 человек

Стоимость тура: 216 303 руб.

2. Программа туристского путешествия

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п.	Перевозка туристов	Другие услуги
Авиаперелет: Екатеринбург- Barcelona. Расстояние: 4432,5 км. Вылет: 12:35 Прилет: 16:10			Ural Airlines U6-857 Класс: эконом Борт: A320 Рег. рейс Кольцово (SVX) Барселона (BCN)	
Аэропорт Barcelona Эль Прат АЕНА - г. Barcelona. Расстояние – 18 км, передвижение на автобусе. Отправление: 16:30 Прибытие: 17:00	Отель « Ramblas Hotel 3*.Адрес: Ramblas, 33, Старый город, 08002 Барселона, Испания. 2-х местные номера, душ, туалет, кондиционер, мини-бар, фен, ТВ Тип питания: завтрак.		Трансфер из аэропорта	
г. Barcelona	Отель « Ramblas Hotel 3*	Обзорная экскурсия (пешая) по Барселоне, посещение Музея Хамона.		

1	2	3	4	5
		Вечерняя экскурсия по Барселоне «Кава, тапас и паэлья».		
г. Barcelona – г. Logrono. Расстояние – 478,3 км, передвижение на автобусе. Отправление: 09:00 Прибытие: 14:00	Отель «Ciudad de Logrono». Адрес: Menendez Pelayo, 7, Logrono. 2-х местные номера, душ, туалет, кондиционер, мини-бар, фен, ТВ Тип питания: завтрак	Экскурсия «Логроньо – винная столица Риохи».	Автобус	Санит. ост.
г. Logrono – г. Наро. Расстояние – 47,8 км, передвижение на автобусе. Отправление: 08:00 Прибытие: 09:00		Посещение фестиваля «Баталья-дель-Вино».	Автобус	
г. Наро – г. Logrono Расстояние – 47,8 км, передвижение на автобусе. Отправление: 14:00 Прибытие: 15:00	Отель «Ciudad de Logrono»	Ужин в ресторане «Restaurante Ikarо» с дегустацией вин.	Автобус	
г. Logrono – Moreda de Alava. Расстояние – 13,6 км, передвижение на автобусе. Отправление: 09:00 Прибытие: 09:20		Экскурсия по долине Риохи, с посещением маслобойни и оливковых рощ.	Автобус	
Moreda de Alava – г. Logrono. Расстояние – 13,6 км, передвижение на автобусе. Отправление: 14:20 Прибытие: 14:40	Отель «Ciudad de Logrono»		Автобус	
г. Logrono – г. Barcelona . Расстояние – 478,3 км, передвижение на автобусе. Отправление: 09:00 Прибытие: 14:00	Отель « Ramblas Hotel 3*	Экскурсия «Барселонские террасы под аккомпанемент средиземноморской кухни».		Санит. ост.
г. Barcelona	Отель « Ramblas Hotel 3*	Посещение горы Монсеррат и винного дома Торрес.	Автобус	

1	2	3	4	5
		Посещение школы гостеприимства «Hofmann», прохождение мастер-класса «Restilyng Taras», дегустация «тапас», получение сертификата.		
г. Barcelona – аэропорт Barcelona Эль Прат АЕНА. Расстояние – 18 км, передвижение на автобусе. Отправление: 14:05 Прибытие: 14:35	Отель « Ramblas Hotel 3*		Трансфер из аэропорта	
Авиаперелет: Barcelona – Екатеринбург. Расстояние: 4432,5 км. Вылет: 17:05 Прилет: 21:00			Ural Airlines U6-858 Класс: эконом Борт: A320 Рег. рейс Барселона (BCN) Кольцово (SVX)	

Краткое описание путешествия по программе гастрономического тура в Испанию: тур рассчитан на 8 дней / 7 ночей (включая переезд г. Екатеринбург – г. Barcelona – г. Logrono – г. Наро – г. Logrono – г. Moreda de Alava – г. Logrono – г. Barcelona – г. Екатеринбург). Комфортабельный автобус (на 20 мест). Туристы имеют возможность приобрести дополнительные услуги.

1 день (26 июня) – Екатеринбург – Barcelona

12:35 – авиаперелет аэропорт «Кольцово» – аэропорт Барселоны (Каталония).

16:10 – прибытие в аэропорт Барселоны. Встреча в аэропорту. Трансфер в отель «Ramblas Hotel 3*». Размещение.

Свободное время.

2 день (27 июня) – Barcelona

08:00-10:00 – завтрак в отеле.

10:00-13:00 – обзорная экскурсия (пешая) по Барселоне.

13:00-14:00 – свободное время на обед.

14:00-15:00 – посещение Музея Хамона.

Свободное время.

17:00-19:30 – вечерняя экскурсия по Барселоне «Кава, тапас и паэлья».

Свободное время.

Возвращение в отель.

3 день (28 июня) – Barcelona – Logrono

08:00-09:00 – завтрак в отеле.

09:00-14:00 – переезд в г. Logrono (провинция Ла-Риоха).

14:00 – заселение в отель «Ciudad de Logrono».

15:00-16:00 – свободное время на обед.
16:00-18:30 – экскурсия «Логроньо – винная столица Риохи».
Свободное время на ужин.
Возвращение в отель.

4 день (29 июня): Logrono – Haro – Logrono

07:00-8:00 – завтрак в отеле.
8:00-9:00 – поездка в г. Haro.
9:00-13:00 – посещение фестиваля «Баталья-дель-Вино».
13:00-14:00 – обед в г. Haro.
14:00-15:00 – возвращение в г. Logrono.
15:00-18:00 – свободное время.
18:00-19:30 – ужин в ресторане «Restaurante Ikaros».
Свободное время.
Возвращение в отель.

5 день (30 июня): Logrono – Moreda de Alava – Logrono

8:00-09:00 – завтрак в отеле.
09:00-09:20 – поездка в поселок Moreda de Alava.
09:20-14:20 – экскурсия по долине Риохи, с посещением маслосбойни и оливковых рощ.
14:20-14:40 – возвращение в г. Logrono.
Свободное время на ужин.
Возвращение в отель.

6 день (1 июля): Logrono – Barcelona

8:00-9:00 – завтрак в отеле.
9:00-14:00 – возвращение в г. Barcelona.
14:00-15:00 – заселение в отель «Ramblas Hotel 3*» .
15:00-16:00 – свободное время на обед.
16:00-19:00 – экскурсия «Барселонские террасы под аккомпанемент средиземноморской кухни».
Свободное время на ужин.
Возвращение в отель.

7 день (2 июля): Barcelona

8:00-9:00 – завтрак в отеле.
9:00-13:00 – посещение горы Монсеррат и винного дома Торрес.
13:00-14:00 – свободное время на обед.
14:00-19:00 – посещение школы гостеприимства «Hofmann», прохождение курса «Restilyng Tapas», дегустация «тапос».
Свободное время на ужин.
Возвращение в отель.

8 день (3 июля): Barcelona – Екатеринбург

8:00-10:00 – завтрак в отеле.
Свободное время на покупку сувениров.
14:05 – трансфер в аэропорт Барселоны.
17:05 – авиаперелет аэропорт Барселоны – аэропорт «Кольцово» (г. Екатеринбург).
21:00 – прибытие в аэропорт «Кольцово» (г. Екатеринбург).

Визовая поддержка и оформление въездных и выездных документов: дополнительно оплачивается самим туристом.

Размещение туристов осуществляется следующими средствами размещения: отель г. Барселоны «Ramblas Hotel 3*». Расположен по адресу: ул. Ramblas, 33, Старый город, 08002, Барселона, Испания, категория отеля – 3 звезды, туристы живут в двухместных номерах с 1 кроватью или 2-мя отдельными кроватями или в 1-местном номере с одной

кроватью; отель в г. Logrono «Ciudad de Logrono», адрес: ул. Menendez Pelayo, 7, Логроньо, номера – 1-местные и 2-местные номера.

Перевозки осуществляются на комфортабельном автобусе средней вместимости (20 мест) туристического класса категории бизнес марки «Mercedes-Benz», с откидными креслами, кондиционером, TV, повышенным расстоянием между креслами, багажным отделением.

Питание туристов осуществляется следующими предприятиями: завтраки в отелях в виде шведского стола по типу «ВВ», ужин в мишленовском ресторане «Restaurante Icaro» расположенном по адресу : Av. Portugal, 3, bajo, 26001 Logrono, La Rioja, Испания.

Экскурсионные услуги:

- пешая обзорная культурно-познавательная экскурсия по городу Барселона;
- посещение музея Хамона (дегустация);
- пешая вечерняя экскурсия по Барселоне «Кава, тапас и паэлья» (посещение баров с дегустацией);
- экскурсия в г. Логроньо «Логроньо – винная столица Риохи» – с элементами культурно-познавательного туризма (пешая прогулка по городу, дегустация вина в кафе);
- автомобильная гастрономическая экскурсия в поселок Moreda de Alava по долине Риохи с посещением маслобойни и оливковых рощ, дегустация;
- гастрономическая экскурсия «Барселонские террасы под аккомпанемент средиземноморской кухни» с элементами культурно-познавательного туризма (посещение террас, дегустация средиземноморской кухни на одной из террас);
- экскурсия на гору Монсеррат и посещение винного дома «Торрес» с дегустацией вина;
- мастер-класс в школе гостеприимства «Hofmann» по изготовлению «тапас».

Услуги по организации досуга туристов и другие дополнительные услуги: посещение фестиваля «Баталья-дель-Вино» в г. Аро, Ла-Риоха, после фестиваля гостям предлагают обед у подножия скал, где проходит фестиваль.

В стоимость включено: проезд на комфортабельном автобусе (2 водителя, климат-контроль салона, два монитора, кондиционер, аудио-видео система, ремни безопасности, чай, кофе во время остановок). Сопровождение гида по пути. Проживание в 2-х местных номерах с удобствами. 7 завтраков и 1 ужин по программе тура, экскурсионное обслуживание, входные билеты по программе. Дополнительно оплачивается медицинская страховка.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЛИСТОК

к путевке туристского путешествия «Гастрономический тур по Испании»

Вид, тип туристского путешествия: гастрономический, комбинированный.

Основное содержание программы обслуживания в путешествии:

1. Обзорная (пешая) экскурсия по Барселоне. Длительность – 3 часа. Туристы совершат прогулку с гидом по ул. Пасео де Грасия, познакомятся с творениями Гауди и других известных архитекторов, прогуляются по готическому, еврейскому и китайскому кварталам, по богемному Борну. Группа увидит самую старинную церковь, узнает много интересных фактов о бульваре Рамбла, посетит парк Сьютаделла, а после направиться к самому известному творению А.Гауди – Саграда Фамилия.

2. Один из этапов программы – посещение музея Хамона в Барселоне. Хамон – местная достопримечательность, деликатес. В музее туристам расскажут об этом изыске, посетители увидят полный процесс его производства. А в баре при музее за бокалом вина гости продегустируют лучшие сорта этой закуски. После можно приобрести наиболее понравившийся сорт ветчины.

3. Вечерняя экскурсия по Барселоне «Кава, тапас и паэлья» займет 2,5 часа. Это погружение в ночную жизнь и нравы каталонцев. Группа посетит 2 заведения, в которых познакомиться с гастрономическими вкусами разных регионов Испании: Андалусии, страны Басков, Галисии и Каталонии. В 2 барах пройдет дегустация фирменных напитков (вино, вермут, кава, сидр), «тапас», «пинчос» – национальной закуски, а также «паэльи». Гид будет рассказывать о легендах и мифах Каталонии. Туристов научат правильно наливать сидр, пить вино из сосуда «паррон». Угощения и напитки оплачиваются дополнительно – 23-30 евро с человека.

4. Следующая пешая экскурсия пройдет в провинции Риоха винной столице Лонгроньо. За 2,5 часа группа совершит прогулку по историческому центру города. Во время променада туристы увидят кафедральный собор Ла Редонда, знаменитый своей иконой работы Микеланджело, а также башню и ворота Ревейн, которые хранят интересную традицию ежегодной раздачи рыбы и вина. В экскурсию входит осмотр церквей Сан Бартоломе и Сантьяго, а также других достопримечательностей города. После группа окажется на улице «Лаурель», знаменитой «Тропе слонов». Здесь пройдет дегустация вина под местные закуски. Во время прогулки гид расскажет о виноделии, разных сортах вина.

5. Утром 29 июня, в День апостолов Петра и Павла, группа примет участие в фестивале «Баталья-дель-Вино». Каждый год в этот день город Аро, один из крупнейших производителей вина в мире, принимает тысячи туристов. Традиция этого праздника возникла на фоне тысячелетнего спора между городами Аро и Миранда де Эбро за право владения Библийскими скалами. На этих скалах располагается монастырь Йусо. Туристы в 7 утра поднимутся к монастырю отслужить мессу, им выдадут белые тканевые доспехи и красные банданы, оружие заряженное вином. После мессы начнется винная битва. Поощрительная программа праздника – обед после боя у подножия скал.

6. Вечером после боёв по программе посещение ресторана «Restaurante Icaro» в г. Лонгроньо. Туристы попробуют заранее сформированное меню, отвечающее традициям этого региона, а также вино.

7. На следующий день группа совершит экскурсию по долине Риохи. Начнется экскурсия с визита в маслобойню в посёлке Мореда де Алава (Страна Басков). Туристы узнают о секретах приготовления оливкового масла, познакомиться со старинным способом обработки оливок, и современными методами. Группа совершит прогулку по оливковым рощам, узнает о культуре их возделывания и особенностях сбора. Камертоном

экскурсии будет дегустация различных сортов оливкового масла под традиционные закуски и вино Риохи Алавесы.

8. После группа вновь возвращается в Барселону. Здесь туристов ждет вечерняя экскурсия «Барселонские террасы под аккомпанемент средиземноморской кухни». Туристы посетят 5 террас в готическом квартале, с которых открывается прекрасный вид на старый город. В местном баре гости выпьют кофе, насладятся коктейлями у бассейна на крыше, познакомятся со средиземноморской кухней. Гид расскажет об истории города, быте каталонцев и особенностях характера местных жителей.

7. В программу тура входит посещение знаменитой горы Монсеррат и винного дома Торрес. Туристы вместе с гидом исследуют гору и территорию Бенедиктского монастыря, загадают желание у статуи Черной Мадонны, если повезёт – услышат пение капеллы мальчиков, а после отправятся в винодельню «Торрес». Здесь гостям расскажут о производстве этого напитка, покажут фильм об истории винного дома, далее группу прокатит поезд по виноградникам и погребам, с остановками на дегустацию.

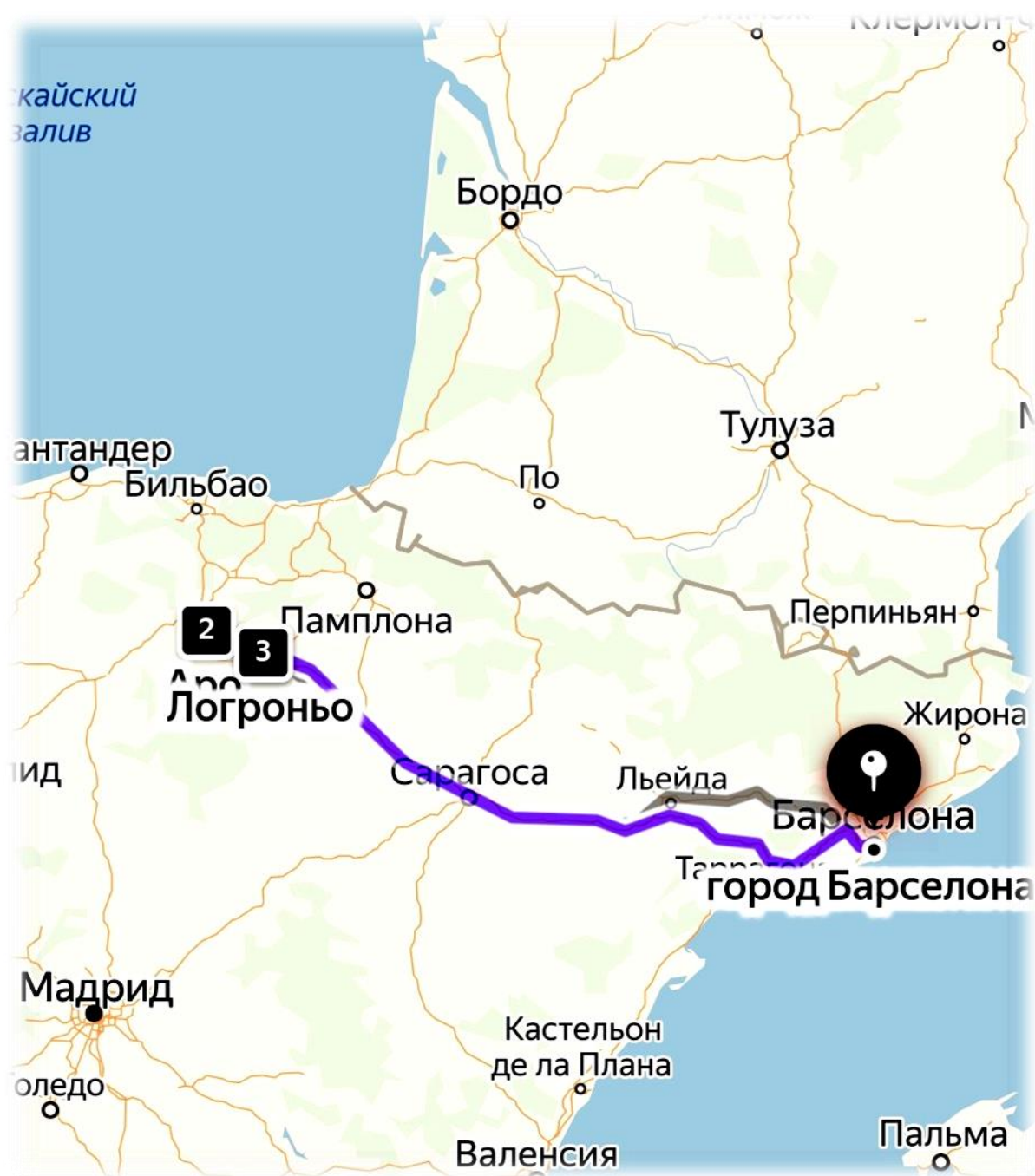
8. Заключительный штрих программы – посещение школы гостеприимства «Hofmann», прохождение курса «Restilyng Tapas» (6 часов). Здесь гости на демонстрационных занятиях узнают о новых способах приготовления «тапас», которые адаптированы под изысканную кухню. После попробуют готовые блюда. В конце мастер-класса всем участникам будет выдан сертификат присутствия и рецепт одного из «тапасов».

Протяженность и продолжительность маршрута: 9 980.4 км, 8 дн /7 н.

Проживание туристов: отель г. Барселоны «Ramblas Hotel 3, отель в г. Logrono «Ciudad de Logrono», номера – 1-местные и 2-местные.

Дополнительная информация: цена на тур в рублях может меняться в зависимости от курса евро; возможна коррекция порядка посещения экскурсий и праздников по маршруту, если их порядок проведения будет изменен по датам на территории Испании; дополнительно оплачиваются виза в Испанию – 50 евро/человек; страховка от невыезда – 15 евро/человек.

Маршрут гастрономического тура в Испанию



Фотоматериалы гастрономического тура в Испанию



Рис. 1. Храм-музей Хамона в Барселоне

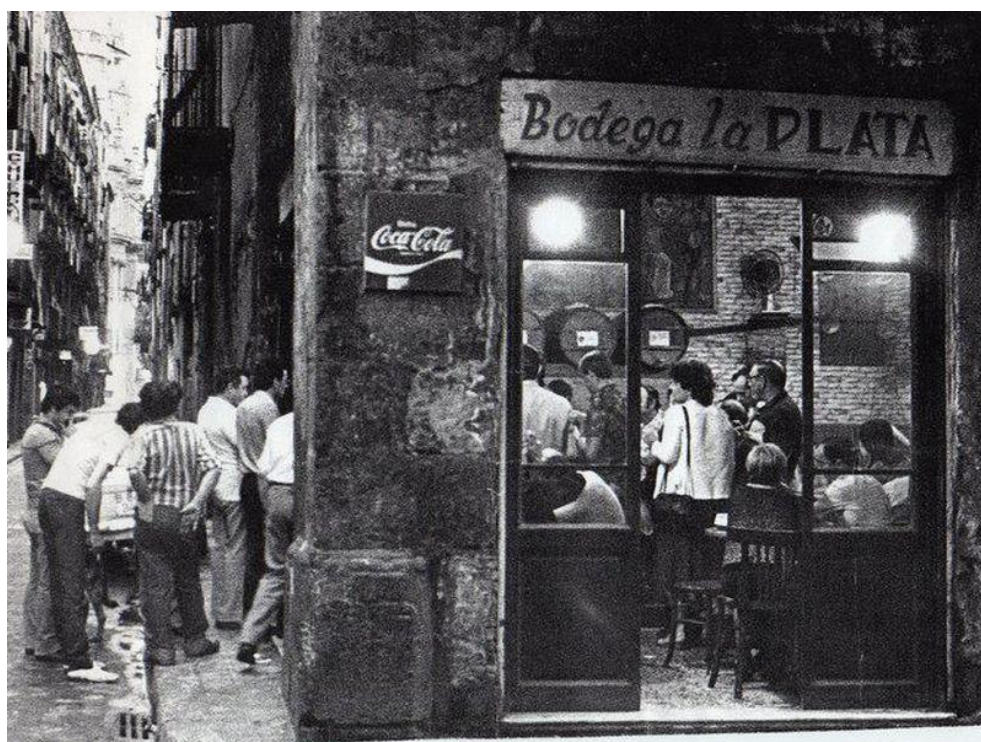


Рис. 2. Исторический бар «Bodega la Plata» в Барселоне



Рис. 3. Виды «Тапос» в г. Логроньо (область Ла Риоха)



Рис. 4. Улица Лаурэль в г. Логроньо – «Тропа слонов»



Рис. 5. Начало фестиваля «Баталья-дель-Вино» в г. Наро



Рис. 6. Винные бои на фестивале «Баталья-дель-Вино» в г. Наро



Рис. 7. «Restaurante Icaro» в г. Лонгроньо, обладатель мишленовской звезды



Рис. 8. Подача блюд в «Restaurante Icaro» в г. Лонгроньо



Рис. 9. Оливковые рощи долины Риохи



Рис. 10. Маслобойня в посёлке Морета де Алава



Рис. 11. Панорамный вид с одной из барселонских террас

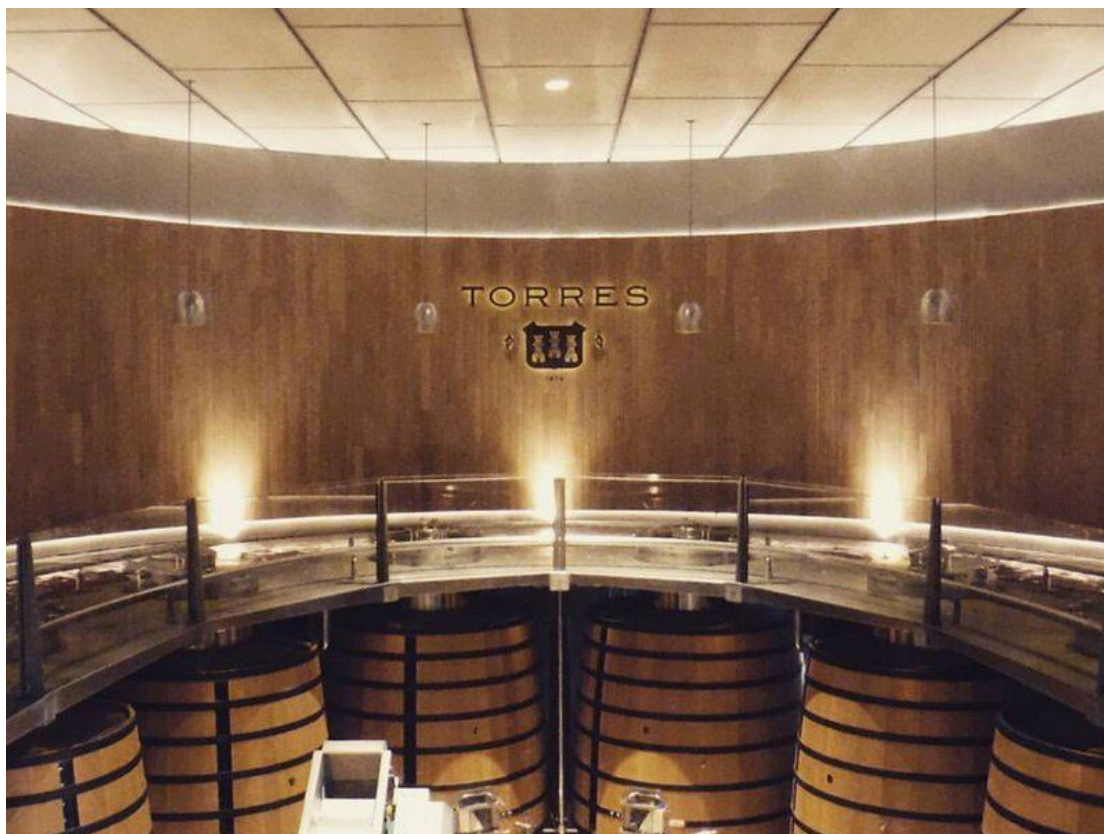


Рис. 12. Винный дом «Torres»



Рис. 13. Школа гостеприимства «Hofmann», г. Барселона



Рис. 14. Курс «Restyling tapes» в школе «Hofmann»

График точки безубыточности гастрономического тура в Испанию

